المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر
دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسئولية الاجتماعية للشركات

إعداد: الدكتور/ فؤاد محمد عيسى
وكيل وزارة التجارة والصناعة

المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر
دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسئولية الاجتماعية للشركات

مقدمـــة

تزايد الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية للشركات في معظم البلدان، وأصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة Sustainable Development وهذا ما دعت إليه الحكومة المصرية أكثر من مرة من خلال العدالة في توزيع الـــدخل والتنميـــة والاستثمارات على مستوى محافظات الجمهورية ، وخاصة في المناطق النائية ومحافظـــات الصعيد، كذلك برامج الأمم المتحدة للتنمية NDP وغيرها من المنظمات الدولية الداعية إلـــى ممارسة المسئولية الاجتماعية، ولاشك أن مجال المسئولية الاجتماعية للشركات مازال يحتاج إلى مزيد من الدراسات المعمقة والأبحاث والحوار من خلال إقامة ورش العمـــل والنـــدوات والمؤتمرات لتوضيح مفهوم ومجالات ومنافع المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص.

وعلى الرغم من الانجازات المحققة، فلا تزال مصر تواجه تحديات محليـــة ودوليـــة تمس أمنها الاقتصادي والاجتماعي، ومنها على المستوى المحلي الفقر والبطالـــة وانخفـــاض مستوى المعيشة، وتدني معدلات الادخار والاستثمار وضعف البنية التحتية ومستوى التعلـــيم، وعدم مواكبة المخرجات التعليمية لمتطلبات التنمية والمنافسة العالمية، علاوة على مشـــكلات الأمن الغذائي والمائي، والطاقة، وعلى المستوى الدولي، ونظرا لمدى حجم الأزمـــة الماليـــة العالمية وتشعباتها، واضطراب الأسواق المالية، وخطـــر الركـــود والانكمـــاش الاقتصـــادي وتأثراته السلبية على عملية التنمية، فقد تداعت العديد من الدول ومن بينها مصر والمؤسسات المالية لإيجاد الحلول المناسبة لها والحد من تفاقم أضرارها وذلك من خلال تضافر الجهـــود بين الحكومة والقطاع الخاص، وعلى هذا تصبح المسئولية الاجتماعيـــة للشـــركات ورجـــال الأعمال ضرورية وتكميلية في توفير احتياجات المجتمع المحلي من اســـتثمار فـــي تشـــغيل وتأمين صحي وتعليم وتدريب وتثقيف، وخلق بيئة نظيفـــة وغيرهـــا مـــن متطلبـــات البعـــد الاجتماعي.

محتويـــــات الدراســة

- **مقدمـــة**
- **مشكلة الدراسة**
- **أهمية الدراسة**
- **أهداف الدراسة**
- **فرضية الدراسة**
- **منهجية الدراسة**

المبحث الأول: المسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في مصر

- مقدمـــــة
- مسئولية القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية والاجتماعية
- المسئولية الاجتماعية للشركات في مواجهة البطالة.
- تحسين مستويات التنمية الاجتماعية في مصر
- تعريف ومفهوم المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص.
- مجالات المسئولية الاجتماعية للشركات:

1. الأنشطة الاجتماعية للشركات تجاه العاملين بها.
2. الأنشطة الخاصة بتحسين جودة التعامل مع العملاء والمستهلكين.
3. الأنشطة الاجتماعية للشركات تجاه المجتمع.
4. أنشطة الشركات للحفاظ على البيئة.

- دوافع تشجيع الشركات نحو ممارسة المسئولية الاجتماعية.
- قياس أثر دوافع الشركات نحو ممارسة المسئولية الاجتماعية.
- مزايا ومنافع المسئولية الاجتماعية للشركة.
- تجارب بعض الشركات المصرية في ممارسة المسئولية الاجتماعية.
- المسئولية الاجتماعية للشركات بين مؤيد ومعارض.
- تأثير الأزمة المالية على المسئولية الاجتماعية للشركات.

المبحث الثاني: معاييـــر قياس وتقييم المسئولية الاجتماعية للشركة

- مقدمـــــة
- التمييز بين الأنشطة الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية.
- قياس تكاليف وعوائد الأنشطة الاجتماعية.

1. قياس تكاليف الأنشطة الاجتماعية للشركة.
2. قياس المنافع الاجتماعية للمسئولية الاجتماعية.

- معايير قياس وتقييم المسئولية الاجتماعية
  1. معايير قياس حجم الاسهام الاجتماعي للشركة تجاه العاملين.
  2. معايير قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء.
  3. معايير قياس تكلفة حجم الاسهام الاجتماعي للشركة تجاه المجتمع وحماية البيئة.

المبحث الثالث: دراسة حالة تطبيقية لقياس المسئولية الاجتماعية في إحدى الشركات المصرية

- مقدمـــــة
- الفئات المستفيدة من الأداء الاجتماعي للشركة
- التقرير المالي بالتكاليف الاجتماعية للشركة موضع الدراسة.
- قياس المسئولية الاجتماعية للشركة.

أولا: قياس تكلفة الاسهام الاجتماعي للشركة تجاه العاملين.

ثانيا: قياس تكلفة الأنشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء.

ثالثا: قياس تكلفة الاسهام الاجتماعي للشركة تجاه المجتمع والحفاظ على البيئة.

النتائج والتوصيـــات.

المراجـــع والمصادر.

مشكلـــة الدراســـــة

بات من الواضح الاهتمام بموضوع المسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخـــاص، وأصبح الحديث عن المسئولية الاجتماعية في الآونة الأخيرة عنوانا للمـــؤتمرات والنـــدوات، ومجالا للدراسات والأبحاث سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها من قبل كل الحكومة والشركات نفسها، وأصبحت المســـئولية الاجتماعيـــة جزءا من استراتيجية شركات الأعمال للتفاعل مع المجتمع والبيئة المحيطة. ورغم ذلك فإنه لا يوجد اتفاق عام لدى الأطراف المعنية على تحديد تعريف واضح للمسئولية الاجتماعية، وكيفية قياسها من ناحية التكاليف والعوائد الاجتماعية.

وبناء على ذلك فإن مشكلة البحث تتركز في الإجابة على التساؤلات التالية:

1 - ما هو دور القطاع الخاص في حل المشكلات الاجتماعية التي تعاني منها مصر مـــن منظور المسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص؟

2 - هل يمكن لشركات القطاع الخاص أن تأخذ بمفهوم المسئولية الاجتماعية منهجا وتطبيقا في مسيرة عملها اليومية والاستيراتيجية سواء أكان ذلك داخل الشركة أم خارجها مع أطراف المجتمع؟

3 - ما هي المشكلات التي تعوق عملية التفرقة بين التكاليف الاقتصادية والتكاليف الاجتماعية للأنشطة الاجتماعية لشركات القطاع الخاص؟

4 - كيف يمكن تحديد وقياس التكاليف والعوائد الاجتماعية الخاصة بالأنشطة الاجتماعية لشركات القطاع الخاص وبالتالي قياس حجم الإسهام الاجتماعي أو ما يسمى بالمسئولية الاجتماعية، ومن ثم تقييم الدور الاجتماعي للشركات؟

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة فيما يشير إليه مفهوم المسئولية الاجتماعية لدى الشركات من جانب، ولدى الحكومة والمجتمع من جانب آخر، ونتيجة للاهتمام الواسع بموضوع المسئولية الاجتماعية في مصر ودورها في دعم وتطوير التنمية الاجتماعية، فقد تزايد اقتناع الشركات بذلك، وأصبحت تواجه اليوم تحديات اجتماعية واقتصادية كبيرة في مسيرة عملها وتحمل مسئولياتها وتفاعلها مع المجتمع، سعيا لتحقيق أهدافها الاقتصادية أولا، وتحقيق احتياجات المجتمع ثانيا.

وبذلك فقد برز وتزايد الاهتمام والاتجاهات حيال المسئولية الاجتماعية من حيث:

- بيان الدور الذي يقوم به القطاع الخاص بالمساهمة مع الحكومة في حل المشكلات الاجتماعية.
- توضيح مفهوم المسئولية الاجتماعية وعناصرها المختلفة، وبيان التكاليف الاجتماعية والعوائد الاقتصادية والاجتماعية التي تعود على الشركة وعلى المجتمع.
- تقييم الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص من خلال قياس عناصر المسئولية الاجتماعية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:-

1 - بحث دوافع شركات القطاع الخاص نحو المساهمة في الأنشطة الاجتماعية للمسئولية الاجتماعية.

2 - تحليل عناصر المسئولية الاجتماعية للشركات وبيان أثر ذلك على أدائها ونتائجها الاقتصادية.

3 – وضع معايير ومؤشرات قياسية لقياس عناصر المسئولية الاجتماعية، وبالتالي تقييم الدور الاجتماعي لشركات القطاع الخاص.

إن دراسة هذه الأهداف سوف تساعد في فهم الترابط بين دوافع ونتائج الالتزام بممارسة المسئولية الاجتماعية مقابل المنافع الاقتصادية والأخلاقية ، حيث يواجه القطاع الخاص في علاقته بالمجتمع الذي يعمل فيه تعارض بين أهدافه فيما بين تعظيم طلبات أصحاب الشركة من جانب، والمواطنين في المجتمع من جانب آخر، حيث يرى أصحاب الشركة (أو المساهمين) أن ممارسة المسئولية الاجتماعية للشركة سوف تقلل من تحقيق أهداف الشركة وأرباحها، في حين ترى فئة المجتمع أن المسئولية الاجتماعية خطوة نحو التفاعل مع المجتمع الذي تعمل فيه الشركة، وهذا سوف يزيد من منافعها الاقتصادية والأخلاقية مستقبلا.

فرضية الدراسة

تقوم الدراسة على أساس اختبار فرضية رئيسية تنص على وجود معايير أو مؤشرات لقياس المسئولية الاجتماعية للشركة وعناصرها المختلفة وذلك من أجل تقييم الدور الاجتماعي للشركة ومقارنته مع الدور الذي تقوم به الشركات الأخرى العاملة في المجتمع.

منهجية الدراسة

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الاستقرائي في تحليل البيانات المتاحة وإخضاعها للقياس الكمي والوصفي وذلك بهدف التوصل إلى أهم المؤشرات والنتائج للحكم على الأداء الاجتماعي للشركة. وتتضمن منهجية الدراسة عدد ثلاثة مباحث بخلاف المقدمة والنتائج والتوصيات .

المبحــث الأول
المسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص
فـــي مصـــر

إن مفهوم المسئولية الاجتماعية يتجاوز حدود العمل الخيري ويتعداه إلى معان أشـــمل وأكثر عمقا لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال ترسيخ المبادئ التي تحث علـــى الاهتمام بالعمالة والمجتمع والبيئة المحيطة وذلك من خلال وضع التشريعات وسن القـــوانين المنظمة في مجال المسئولية الاجتماعية للشركات والعمل على تطبيقها.

ولقد بادرت الحكومة بتقديم مزايا للمشاركة المجتمعية، وعلى سبيل المثال، فإن قانون الضرائب رقم 91 لسنة 2005 الذي تبنته الحكومة في إطار الإصلاح الاقتصادي، كانت لـــه أبعاد اجتماعية هامة، منها استبعاد التبرعات والإعانات من الوعاء الخاضع للضريبة، ومـــن أمثلتها التبرعات والإعانات التي تقوم الشركات بتقديمها للجمعيـــات والمؤسســـات الأهليـــة المصرية المشهرة، وكذلك جميع ما يمنح لدور العلـــم والمستشـــفيات الخاضـــعة للإشـــراف الحكومي ومؤسسات البحث العلمي، وذلك بما لا يجاوز 10% من الربح الصـــافي الســـنوي للشركة المانحة[1].

كما تقضي مبادئ المواطنة بحصول أفراد المجتمع على حقوقهم العادلـــة والواجبـــة، فإنها تقضي كذلك بقيامهم بأداء واجباتهم، ومن هذا المنطلق فإن ممارســـة الشـــركة لمبـــادئ المسئولية الاجتماعية هو جزء لا يتجزأ من مبدأ المواطنة، فكما أن لهذه الشركات حقوق، فإن عليها واجبات والتزامات، فمن حق الشركات أن يتوفر لها مناخا صحيا للعمل والإنتاج، ومن حقها أن توفر لها الدولة قوانين تحقق العدالة والمساواة بين أطراف النشاط الاقتصـــادي، وأن توفر لها أيضا بنية أساسية ملائمة، وأن تحمي حقوقها من الممارسات غير القانونية.

وفي المقابل، فإنه يجب على الشركات أن تؤدي حق المجتمع من خلال الحفاظ علـــى حقوق العاملين، واحترام وتطبيق مبادئ حقوق الإنسان، والحفاظ على البيئة والمشاركة فـــي تنمية المجتمع الذي تعمل فيه لإدراج احتياجاته في خططها وبرامج عملها.

وتؤكد الدولة دوما على الدور المحوري للقطاع الخاص في التنمية الاقتصـــادية، وأن المسئولية الاجتماعية للغالبية العظمى من شركات القطاع الخاص ما زالت في مهدها، كما أنها ترتبط بشكل مباشر بتقديم الأموال من خلال التبرعات الخيرية، ولكن يجب على الشركات أن

تطور هذه النظرة لتساهم في حل مشكلات المجتمع كالبطالة، والرعاية الصحية، وضعف التعليم ونقص التدريب والتأهيل المهني والمشكلات البيئية وغيرها.

وقد أثبتت التجارب وخاصة في الدول النامية أنه يمكن زيادة معدلات العائد على الاستثمار من خلال تلبية احتياجات الفئات الأكثر فقرا، ومن خلال فتح أسواق جديدة توفر منتجات وسلعا تتلاءم أسعارها مع الدخول المحدودة، فضلا عن وضع برامج مبتكرة وسلع جديدة تساعد على تحسين القدرة التنافسية لتلك الشركات، وتوسيع قاعدة العمالة من خلال تدريب العاملين مما يؤدي إلى خفض تكلفة الشركات، وتقديم خدمات وسلع عالية الجودة. وسيعود هذا بنفع كبير على محدودي الدخل من خلال توفير احتياجاتهم الأساسية وكل ما يساعد على توفير مستوى معيشة كريم.

مسئولية القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

نجحت إجراءات الإصلاح الاقتصادي التي شهدتها مصر منذ بداية التسعينات في تعظيم دور القطاع الخاص في تحمل المسئولية الاجتماعية، وليصبح شريكا أساسيا في التنمية وصاحب النصيب الأكبر في الاقتصاد المصري والممول الرئيسي لعدد كبير من مشروعات التنمية الاقتصادية، حيث تزيد معدلات استثماراته عن 70% من الخطة الاستثمارية السنوية للدولة.

لقد عزز الاهتمام بدور القطاع الخاص تجاه تنمية المجتمع، بل وأصبح ضرورة أساسية في ظل التحويلات الاقتصادية التي شهدتها البلاد، وعمليات الإصلاح الاقتصادي التي تسعى إلى وضع أسس صحيحة لاقتصاد حر قوي يستطيع فيه القطاع الخاص تحمل مسئولياته نحو المساهمة في تحسين الأحوال المعيشية للمواطنين، وتوفير احتياجاتهم من الضمان الاجتماعي والتأمين الصحي، والمسكن الملائم، وتوفير فرص العمل، والسلع الغذائية بأسعار مناسبة وغيرها من الخدمات الاجتماعية.

من المؤكد أنه في ظل الاقتصاد الحر، تزداد مشاركة القطاع الخاص في الأنشطة الاقتصادية المختلفة من حيث الانتاج وتقديم الخدمات، وبالتالي ترتفع نسبة مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي، وتشير إحدى الدراسات إلى أن أكثر من 500 منشأة اقتصادية تسيطر على نحو 25% من الناتج الاقتصادي العالمي، وكذلك أن أهم 300 شركة دولية النشاط تمتلك نحو 55% من الأصول الانتاجية في العالم [2] .

أما في مصر، فإن البيانات الواردة بالجدول رقم (1) توضح أن نسبة مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الاجمالي تبلغ نحو 62% في المتوسط منذ 2003/ 2004 حتى عام 2007/ 2008 [(3)].

جـــدول رقم (1)

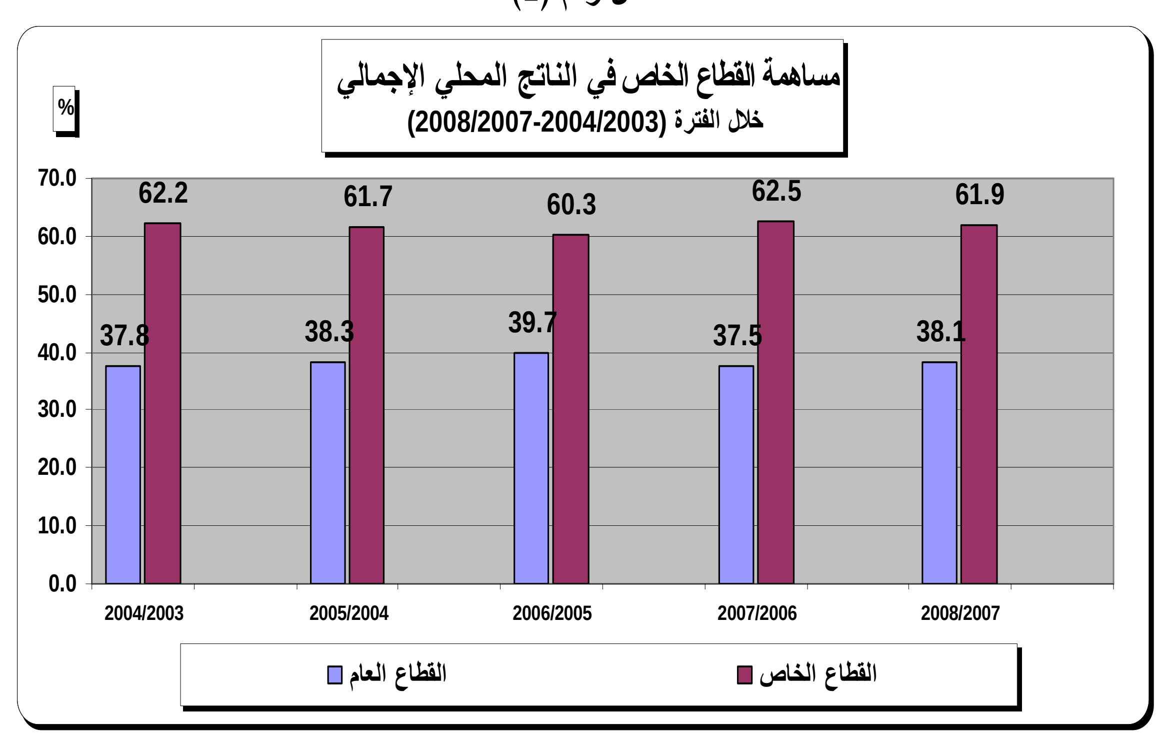
تطور نسبة مساهمة القطاع الخاص والعام

في الناتج المحلي الاجمالي (مليار جنيه)

السنة	نسبة مساهمة القطاع الخاص %	نسبة مساهمة القطاع العام %
2004 / 2003	62.2	37.8
2005 / 2004	61.7	38.3
2006/ 2005	60.3	39.7
2007 /2006	62.5	37.5
2008 / 2007	61.9	38.1

المصدر: وزارة التنمية الاقتصادية – www.mop.gov.eg

شكل رقم (1)



المصدر: من بيانات جدول رقم (1)

وتوضح بيانات الجدول رقم (2) تطور مساهمة القطاع الخاص في عملية الاستثمار، حيث زادت نسبة الاستثمارات الخاصة من الاستثمار الكلي المحلي من 47% عام 2003/ 2004 إلى 65% عام 2007/ 2008 وذلك على حساب الاستثمارات العامة للدولة التي انخفضت من 53% إلى 35% خلال نفس الفترة، ويرجع ذلك إلى الدور التحفيزي وخلق المناخ المناسب لجذب الاستثمارات وتحقيق المسئولية الاجتماعية من قبل الدولة.

جدول رقم (2)

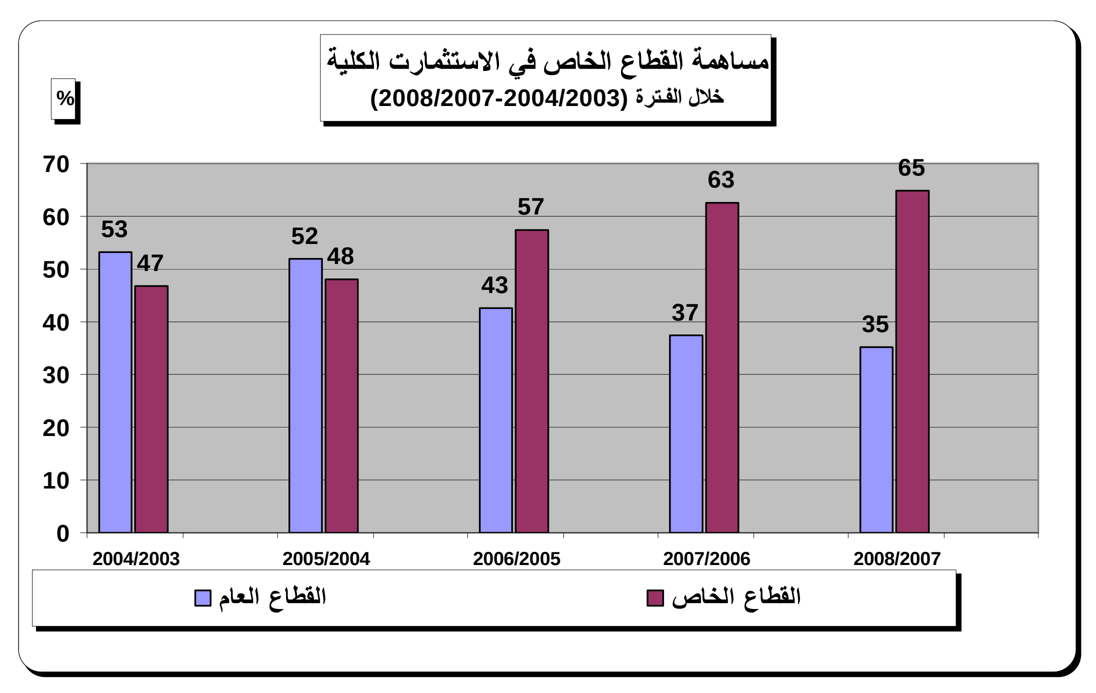
تطور نسبة مساهمة القطاع الخاص والعام في تنفيذ الإستثمارات الكلية

(مليار جنيه)

السنة	نسبة مساهمة القطاع الخاص %	نسبة مساهمة القطاع العام %
2004 / 2003	47	53
2005 / 2004	48	52
2006/ 2005	57	43
2007 /2006	63	37
2008 / 2007	65	35

المصدر: وزارة التنمية الاقتصادية – www.mop.gov.eg

شكل رقم (2)



المصدر: من بيانات الجدول رقم (2)

المسئولية الاجتماعية للشركات في مواجهة البطالة

منذ تطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادي في منتصف السبعينات من القرن السابق والسماح لرأس المال العربي والأجنبي بالتدفق إلى مصر، والقطاع الخاص يقوم بدور فعال

في توفير فرص عمل حقيقية وتشغيل عدد كبير من المواطنين وبشكل خاص الخريجين الجدد والعمل على تدريبهم ورفع كفاءتهم، وتقديم القروض والتسهيلات التي تساعد علــى شــراء مساكن مناسبة لهم، هذا فضلا عن التأمينات الاجتماعية، والتأمين الصحي وتوفير مناخ العمل المناسب، ووسائل الانتقال من أماكن العمل إلى منازلهم وبالعكس.

ويوضح الجدول رقم (3) تطور مساهمة القطاع الخاص في تشغيل العمالــة حيــث ارتفعت هذه المساهمة من نسبة 67% (ما يعادل 12 مليون عامل) في عــام 2003/ 2004 إلى نحو 70% (ما يعادل نحو 15.5 مليون عامل) وذلك فــي عــام 2008/2007. وهــذه المشاركة للقطاع الخاص قد أدت إلى انخفاض معدلات البطالة من 10.3% عام 2004 إلــى 8.4% عام 2008 (4) حسب الشكل رقم (3).

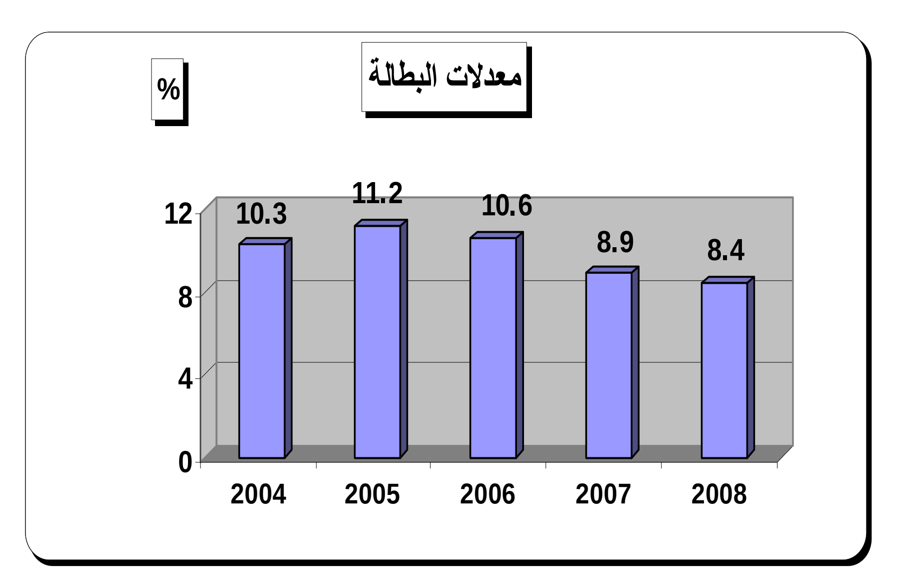
جدول رقم (3)

تطور نسبة مساهمة القطاع الخاص والعام في تشغيل العمالة (ألف عامل)

السنة	نسبة مساهمة القطاع الخاص %	نسبة مساهمة القطاع العام %
2004 / 2003	67	33
2005 / 2004	67	33
2006/ 2005	68	32
2007 /2006	69	31
2008 / 2007	70	30

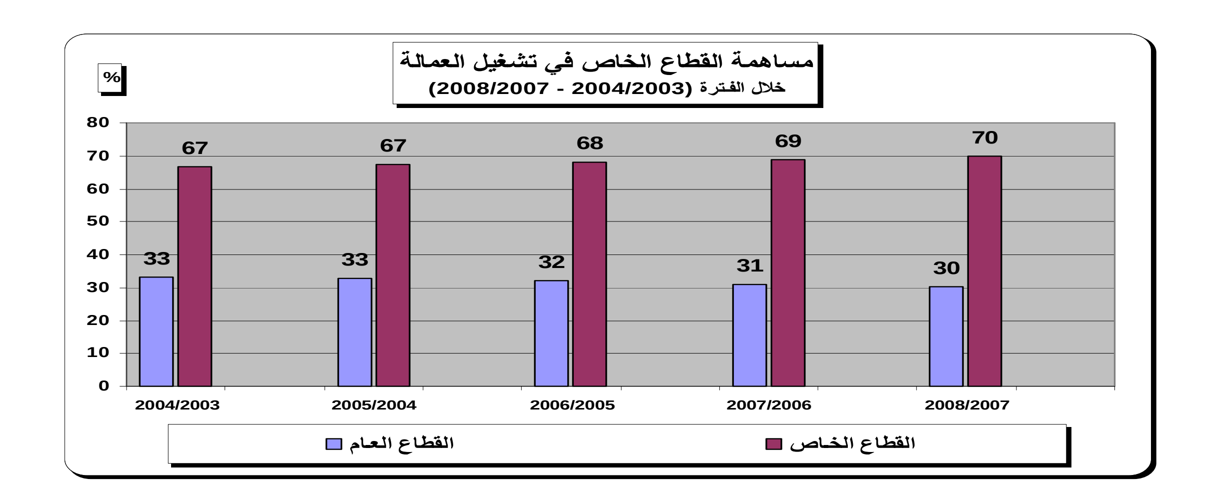
المصدر: وزارة التنمية الاقتصادية – www.mop.gov.eg

شكل رقم (3)



المصدر: البنك المركزي المصري – النشرة الاحصائية الشهرية، قطاع البحوث والتطوير والنشر، العدد 142، يناير 2009.

شكل رقم (4)



المصدر: من بيانات الجدول رقم (3)

أما عن تأثير الأزمة الاقتصادية العالمية التي بدأت في سبتمبر 2008 وتداعياتها على قوة العمل في مصر، فإنه من الضروري سوف يكون لهذه الأزمة آثارها السلبية على حجم إنتاج الشركات وبالتالي على العاملين بها، ومن أهم خصائص هذه الأزمة أنها ستعمل على تعديل السياسات الاقتصادية سواء على مستوى شركات القطاع الخاص، أو على مستوى الدولة ككل، ويصعب التكهن بالتوقعات والآثار السلبية للأزمة التي سوف تنعكس بشكل أساسي على معدلات البطالة بالزيادة.

وقد وضعت الحكومة المصرية مجموعة من السياسات لتخفيض حجم البطالة وزيادة قوة العمل من خلال تنفيذ عدد من المشروعات وزيادة الإنفاق العام، وتقديم حزمة من الحوافز المادية والإجراءات لتشجيع القطاع الخاص على النهوض والاستمرار في القيام بدوره في تحمل المسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع والأفراد، حيث قدمت الحكومة نحو 2.2 مليار جنيه مسانده مالية إضافية للشركات المستفيدة من خلال صندوق تنمية الصادرات وذلك للقطاعات الإنتاجية التصديرية، وهذا المبلغ من ضمن 15 مليار جنيه اعتمدتها الحكومة لمواجهة تداعيات الأزمة المالية العالمية وذلك من أجل زيادة الإنفاق العام وبشكل خاص على مشروعات البنية التحتية كثيفة العمالة والتي تعمل على جذب استثمارات القطاع الخاص نحو إقامة مشروعات توفر فرص عمل، وتزيد الإنتاج وبالتالي تساعد في تحسين أحوال المواطنين وتخفض من معدلات البطالة والفقر في مصر، وسوف تستمر الحكومة في دعم القطاعات الاقتصادية بغرض الاحتفاظ بالعمالة لديها من خلال المحافظة على معدلات الإنتاج والتصدير.

تحســن مستويات التنمية الاجتماعية في مصر

نتيجة لسياسات الإصلاح الاقتصادي التي أخذت بها مصر منذ عقد التسعينات، فقــد حدث تطور ايجابي في معظم مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعيــة حيــث انخفضــت معدلات التضخم من 25% عام 1988 إلى نحو 11% عــام 2009 [5]، وانخفــاض معــدل البطالة من نحو 10% عام 1986 إلى حوالي 8.4% عام 2008 ، كذلك ارتفع معدل النــاتج المحلي الاجمالي من 1.9% عام 1992 إلى نحو 7.1% عام 2008/2007، وذلــك بفضــل مشاركة القطاع الخاص في النهوض بالاقتصاد المصري، وقد ظهر ذلك من زيادة مســاهمته في الناتج المحلي الاجمالي وفي حجم الاستثمارات الاجمالية المحلية كما ذكرنا سابقا.

وفي نفس الوقت حققت مصر تقدما في الكثير من مجالات التنمية الاجتماعية، كما هو موضح في الجدول رقم (4)، حيث ارتفع مؤشر التنمية البشرية من 0.695 عام 1996 إلى 0.723 عام 2006، وهذا المؤشر يتكون من مؤشر توقع الحياة عند الولادة الذي ارتفع مــن 0.695 إلى 0.772، ومؤشر التعليم الذي ارتفع من 0.599 إلى 0.718 وذلك خــلال نفــس الفترة، وقد صاحب ذلك ارتفاع متوسط نصيب الفرد في مصر من الناتج المحلي الاجمالي [6] مقوما بالدولار الأمريكي من 3911 دولار عام 1996 إلى 5900 دولار عام 2006.

ويشير التقرير الصادر عن برنامج الأمم المتحدة للتنمية بعنوان "حلول قطاع الأعمال للتنمية البشرية" إلى أن مشاركة القطاع الخاص في التنمية رغم أنها اقتصرت على 39% من إجمالي 574 شركة من الشركات الصناعية والاستثمارية العاملة في مصر استطاعت أن تسهم بحوالي 5.5 مليار جنيه في مجالات مكافحة الجوع والفقر والتعليم والبيئة والتنمية وهو رقــم يبرز أهمية مشاركة القطاع الخاص في التنمية من باب المسئولية الاجتماعية للشــركات [7]. ومن النماذج الرائدة في الأداء الاجتماعي في مصر تبرز أسواق خير زمان لمجموعة منصور والتي تلبي احتياجات شريحة كبيرة من المستهلكين من ذوي الدخول المحدودة.

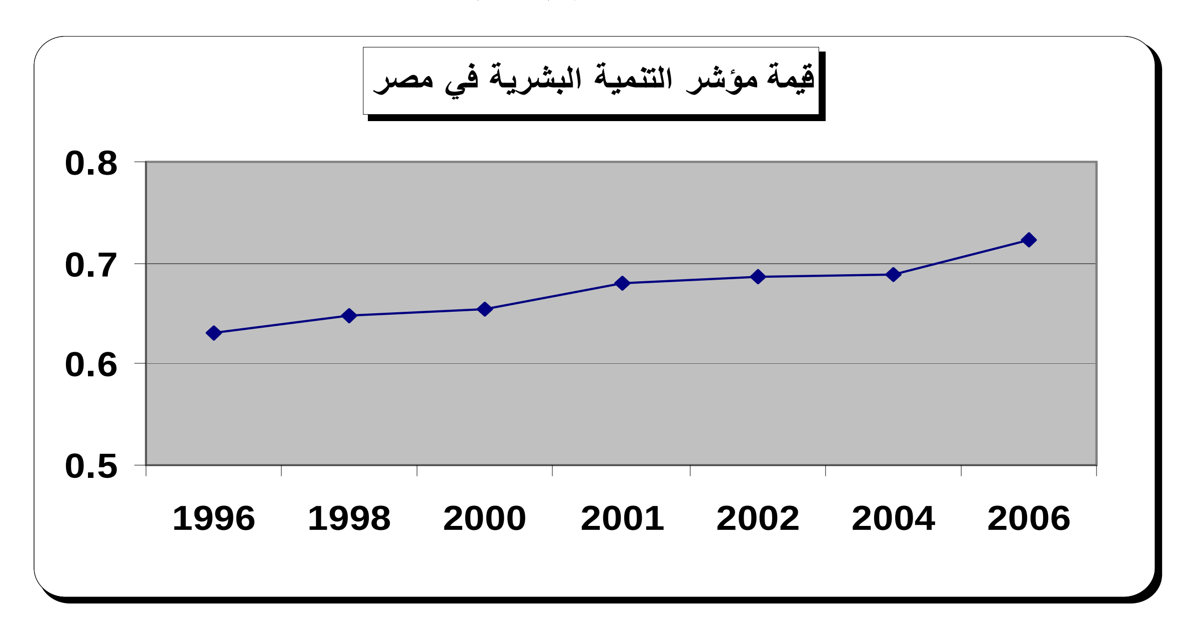
جدول رقم (4)

مؤشر التنمية البشرية ومكوناته في تقارير التنمية البشرية في مصر (1996 – 2006)

السنة	مؤشر التنمية البشرية	مؤشر توقع الحياة	مؤشر التعليم	مؤشر الناتج المحلي الاجمالي بالقوة الشرائية للدولار	متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي مقوما بالقوة الشرائية للدولار
1996	0.631	0.695	0.599	0.598	3911
1998	0.648	0.698	0.614	0.632	4407
2000	0.655	0.702	0.643	0.649	4878
2001	0.680	0.702	0.682	0.655	5061
2002	0.687	0.752	0.703	0.607	3792
2004	0.689	0.760	0.685	0.622	4152
2006	0.723	0.772	0.718	0.681	5900

المصدر: تقرير التنمية البشرية في مصر، أعداد مختلفة.

شكل رقم (5)



المصدر: تقرير التنمية البشرية لمصر – معهد التخطيط القومي – برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2008.

وبمقارنة بعض مؤشرات التنمية الاجتماعية في مصر مع بعض الدول الأخرى [(8)] المماثلة لمصر اقتصاديا، تبين انخفاض مؤشر التنمية في مصر عن مثيله في دول كثيرة منها تركيا، الأردن، تايلاند، البرازيل، تونس، أندونيسيا، الفلبين، وهذا التفاوت في المؤشرات

الاجتماعية في مصر يستلزم تضافر جهود الدولة، والقطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني من أجل زيادة الاستثمارات وتحسين جهاز الانتاج وتقديم الخدمات الاجتماعية لمختلف فئـــات المجتمع بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية ورفع رفاهية كل أفراد المجتمع.

تعريـــف ومفهوم المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص

لا يوجد تعريف واحد رسمي محدد ومتفق عليه للمسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص، بل أن هناك تعريفات عديدة للمسئولية الاجتماعية للشركة، ومع تعدد هذه التعريفات، تتعدد صور المبادرات والفعاليات حسب طبيعة بيئة العمل المحيطة، ونطاق نشاط الشـــركة، وما تتمتع به من قدرات مالية وبشرية، وبالتالى فإن تعريف المسئولية الاجتماعية للشـــركات ليس ثابتا، بل هو تعريف ديناميكي، وواقعي، ومتطور، يتواءم مع المتغيـــرات الاقتصـــادية والسياسية والاجتماعية.

و يمكن تعريفها بأنها أنشطة اقتصادية واجتماعية تقوم بها إدارة الشركة تجاه العاملين بها، والمتعاملين معها من ناحية، وأفراد المجتمع من ناحية أخرى، وذلك في إطار قيم وأخلاق وقوانين هذا المجتمع، كما يتم الإشارة إليها أحيانا بالمواطنة المسئولة للشركة والتي تكتســبها الشركة أو رجل الأعمال من خلال الأعمال الخيرية التي يؤديها لرفع رفاهية المجتمع [9].

وهناك تعريف شائع يستخدم من قبل مجلس الأعمال العـــالمي للتنميـــة المســـتدامة (WBCSD) وهو يعرف المسئولية الاجتماعية للشركات بأنها " تعهد مـــن قطـــاع الأعمـــال بالمشاركة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والإقليمي بغرض تحسين جودة حياتهم [10].

وقد فسر المعهد الدولي للتنمية المستدامة مصطلح المسئولية الاجتماعية فـــي إطـــار التنمية المستدامة، بأنها تشير إلى المجتمع، وأنه من المتوقع أن تســـهم معـــايير أو مقـــاييس المسئولية الاجتماعية في تعزيز الركائز الثلاثة لتحقيق التنميـــة المســـتدامة وهـــي (التنميـــة الاقتصادية، التنمية الاجتماعية والحماية البيئية)، كذلك فإن أي تعريـــف عـــالمي للمســـئولية الاجتماعية لا بد وأن يشير إلى الأهداف الإنمائية للأمم المتحدة.

وجاء في أحد التعاريف، بأن المسئولية الاجتماعية عبارة عن التزام من قبل الشـركة بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة لكنها مترابطة وتتمثل في مصالح واحتياجات الشـركات المنتجة للسلع أو الخدمات والعاملين فيها والبيئة المحيطة والمجتمع [11].

ويرى الباحث أن المسئولية الاجتماعية للشركة يمكن تعريفها بأنها "إحساس ديني وأخلاقي ووطني بالمساهمة الاجتماعية سواء كان بالعمل أو بالمال تجاه أشخاص متعـددين، منهم من يعمل داخل الشركة، ومنهم المقيم في المجتمع والبيئة المحيطة وذلك مقابل استغلال الموارد المادية والبشرية للمجتمع وتحقيق الأرباح".

أما عن التوحيد القياسي للمسئولية الاجتماعية فإن المنظمة الدولية للتوحيـد والقيـاس (ISO) لم توضح ما المقصود بالمسئولية الاجتماعية؟ وأنه حتى الآن لـم يصـل الفريـق الاستشاري المعني بالمسئولية الاجتماعية بالمنظمة إلى اتفاق عالمي محدد حول تحديد مفهوم المسئولية الاجتماعية، وتحديد عناصرها الأساسية الشاملة [12] .

وقد تطورت المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص من خلال تعامل الشركات ورجـال الأعمال مع أفراد المجتمع، وتشير الأدبيات المختلفة إلى أن المسئولية الاجتماعيـة للقطـاع الخاص، أصبحت جزءا لا يتجزأ من نظام إدارة الجودة الشاملة لتحسين نوعيـة المنـتج أو الخدمة المقدمة للعملاء بشكل مناسب ومرضى من النواحي الصحية والبيئية وبأنسب الأسعار، وقد كانت سنة 2000 الحد الفاصل لمحاولات دعم مبادرات المسئولية الاجتماعية للشـركات من خلال إعلان جوهانسبرج للخطة التنفيذية للمؤتمر العالمي عن التنمية المسـتدامة 2002، وقـد حـدث ذلك في الوقت الذي نشرت فيـه المفوضية الأوروبيـة الورقـة الخضـراء (a green paper) في عام 2001 والتي تضمنت إطار عمل أوروبي للتـرويج للمسـئولية الاجتماعية للشركات. [13].

مجالات المسئولية الاجتماعية للشركات

مع ازدياد القناعة بضرورة أن يلعب القطـاع الخـاص دورا مهمـا فـي العمليـة الاقتصادية والاجتماعية، فان هذا يترتب عليه مسئوليات اجتماعية تجـاه المجتمعـات علـى المستوى الوطني والاقليمي، وتجاه المستهلكين والعاملين على المستوى المحلي، ولذا فإن على القطاع الخاص أن يقابل توقعات الرأي العام منه، من خلال تقديم المثل على الادارة الرشـيدة والشفافية، ومراعاة عدم الاضرار بالبيئة وصحة العاملين والمسـتهلكين، واحتـرام حقـوق

المستخدمين وزيادة معارفهم وخبراتهم، فضلا عن القيام بدفع الضـرائب ومكافحـة الفسـاد واحترام القانون.

لذلك فان المسئولية الاجتماعية لا تعنى مجـرد المسـاهمة فـي بنـاء المستشـفيات والمدارس، وتقديم الأعمال الخيرية للفقراء والمحتاجين، وإنما هي تتسـع لتشـمل مسـئولية الشركة تجاه ثلاث فئات رئيسية هى: العاملين والموظفين بالشركة، العمـلاء والمسـتهلكين، وأخيرا المجتمع، فضلا عن حماية البيئة، والأثر الايجابي المتوقع للتعامل مع تلـك الفئـات الثلاث ينصب في النهاية لصالح المساهمين (أصحاب الشركة) وهذه صـورة مـن صـور المسئولية الاجتماعية تجاه أصحاب الأسهم وذلك من خـلال الشـفافية والعلاقـات الدائمـة والمسئولية والمحاسبة المستمرة.

ومن ثم يمكن تصنيف ما تقدمه الشركات في مجالات المسئولية الإجتماعية إلى ما يلي:

1- الأنشطة الاجتماعية للشركة تجاه العاملين بها

يمثل الإنفاق على الموارد البشرية في الشركة استثمارا حقيقيا تجنـي ثمـاره فـي الأجلين القصير والبعيد، حيث تمثل العمالة مجالا داخليا مـن مجـالات المسـئولية الاجتماعية، تلتزم الشركة فيه بتوفير الخدمات اللازمة لتحسين جودة حياة العـاملين وذلك من خلال:

- توفير البرامج التدريبية اللازمة بالداخل والخارج، والإنفاق على بعض العاملين الراغبين في إكمال دراساتهم العليا وذلك لتنمية مهاراتهم الفنية والإدارية.
- المساهمة في التأمينات الاجتماعية عن العاملين بنسبة معينـة مـن رواتـبهم وأجورهم للحصول على مرتب تقاعد مناسب بعد الخروج على المعاش.
- وضع نظام تأميني خاص بالمشاركة مع العاملين.
- وضع نظم للرعاية الصحية والعلاج بالمستشفيات ولدى الأطباء، ودفع نفقـات الأدوية الطبية للعاملين وعائلاتهم.
- وضع نظم للحوافز والمكافآت سواء في المناسبات الدينية أو غيرها.
- إقامة سكن للعاملين أو على الأقل مساعدتهم ماديا في الحصول علـى سـكن مناسب.
- توفير وسائل انتقال من مناطق السكن إلى مكان العمل وبالعكس.
- المساعدة ماديا في تأدية المناسك الدينية مثل العمرة والحج.
- إقامة مصايف للعامين أو مساعدتهم ماديا في القيام برحلات ترفيهية ورياضية.
- توفير الأمن الصناعي والعمل على تفادي الحوادث بالشركة.
- توزيع حصة على العاملين من الأرباح السنوية الموزعة .

تهدف هذه الأنشطة الاجتماعية تجاه العاملين إلى توفير مناخ مناسب يشجع على بذل المزيد من الجهد والعطاء، وكذلك الانتماء والولاء لصالح الشـركة وإدارتهـا، ممـا سيترتب عليه تحقيق منافع وعوائد اقتصادية مباشرة وغيـر مناسـبة للشـركة فـي الحاضر والمستقبل، وهذا يجعلها أيضا تعمل على خلق فرص عمل جديـدة لأفـراد المجتمع.

2- الأنشطة الخاصة بتحسين جودة التعامل مع العملاء والمستهلكين

يهدف هذا النوع من الأنشطة إلى تحقيق أهداف الشركة الاقتصادية وأهمهـا زيـادة الأرباح، وزيادة سمعتها في الأوساط الصناعية والتجارية، وبالتالي زيـادة قـدرتها التنافسية وحصة مبيعاتها فى السوق المحلية وسهولة نفاذها الى السـوق الخارجيـة، حيث يؤدى تحقيق رغبات العملاء والمستهلكين في تطوير وتحسين منتجات وخدمات الشركة على جذب ثقتهم ورضاهم والحفاظ على هذا الرضا، ومن أهم الأنشطة التي تقدمها الشركة للعملاء والمستهلكين:-

- الإعلان والترويج الصادق والأمين عن منتجات وخدمات الشركة.
- الشفافية والنزاهة والصدق وعدم الخداع والغش في التعامل مع العملاء.
- توفير البيانات والإيضاحات اللازمة عن المنتجات مثل تواريخ الانتاج وفترة الصلاحية، والمكونات والمنشأ وغيرها.
- توفير خدمة ما بعد البيع والالتزام بتاريخ الضمان.
- إصدار فواتير صحيحة بالمواصفات الحقيقية للمنتج.
- الرد على الشكاوي المقدمة من العملاء والاستجابة المناسبة لها.

3- الأنشطة الاجتماعية للشركة تجاه المجتمع

يتمثل هذا النوع من الأنشطة في الخدمات التي تقدم النفع العـام لأفـراد المجتمـع، والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغـرض القضـاء علـى المشـكلات الاجتماعية وهذا سوف يخلق مناخا جاذبا للاستثمار ويوفر الاستقرار الاجتماعي لفئات الشعب ومن أهم هذه الأنشطة الخاصة بالتفاعل مع المجتمع:

- التبرعات للمؤسسات والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكوميـة لتمويـل وتوفير احتياجات الأعضاء والأهالي المحتاجين.

- حاجة الأكل والشرب كتزويد المحتاجين من أفراد المجتمع بالطعام والمواد الغذائية الأخرى في المناسبات الدينية مثل شهر رمضان، وليلة القدر، والأعياد،.... إلخ.
- مجالات التعليم كإقامة معاهد تعليمية وفنية لرفع كفاءة الخريجين الجدد وإعدادهم للدخول في سوق العمل، وكذلك التبرعات للطلبة المحتاجين وتشجيعهم على مواصلة دراساتهم العليا في الداخل والخارج، هذا فضلا عن المساهمة في إقامة مختبرات علمية في بعض الجامعات.
- مجالات صحية كإقامة مستوصفات طبية، وغرف عمليات كاملة في بعض المستشفيات والمساهمة في إقامة مستشفيات للأمراض الخطرة والمتوطنة مثل السرطان، وغسيل الكلى، وفيروسات الكبد، والعلاج بالخارج، وتعويض الأفراد عن أي أضرار تلحق بهم نتيجة العمل بالشركة.
- مجالات ثقافية تتمثل في إقامة المكتبات في المناطق الفقيرة ونشر الكتب وتمويل المعارض، وإصدار مجلات علمية وثقافية توزع في الندوات والمؤتمرات.
- أنشطة رياضية متمثلة في التبرعات للأندية الرياضية، والمساهمة في توفير البنية التحتية ومرافق الملاعب الرياضية والمتنزهات لصالح الأطفال والنساء وكبار السن.
- أنشطة بيئية مثل اقامة الحدائق الخضراء ونافورات المياه للحفاظ على البيئة ومقاومة التلوث.
- مساعدة أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والاجتماعية كما هو الحال عند وقوع المنازل القديمة وحدوث الحرائق في المناطق العشوائية.
- قيام الشركة بدفع الضرائب وهذا يعد إسهاما اجتماعيا لمساعدة الدولة على تمويل الخدمات الاجتماعية والإنفاق على أنشطة البنية الأساسية.

4- أنشطة الشركة للحفاظ على البيئة

رغم وجود وزارة للبيئة في مصر خاصة بحماية البيئة، إلا أنه يقع على عاتق الشركات جزء كبير من المسئولية في هذا المجال يشمل منع التلوث ودرء الأضرار بالبيئة الصادرة عن الإشعاعات نتيجة عمليات الإنتاج أو تلوث المياه وتجريف الأراضي بسبب مقالب النفايات وغيرها من مصادر التلوث، وحيث أن الاهتمام بالصناعة النظيفة بيئيا سيؤدي ذلك إلى القضاء على المشكلات البيئية المجتمعية التي يعاني منها معظم أفراد الشعب، فانه يجب على الشركات الصناعية أن تراعي الحفاظ

على البيئة ومنع التلوث والتوازن بين التكلفة الاجتماعية للإنتاج وتكاليف التحكم والرقابة وبين المنافع الاجتماعية له، وكذلك عملية تدوير واسترجاع بعض المواد ثم تسويقها.

دوافع تشجيع الشركات نحو ممارسة المسئولية الاجتماعية

تزايد في الآونة الأخيرة الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية للشركات والتركيز على الدور الاجتماعي الذي يجب أن تلعبه الشركات في المجتمع المعاصر، وفي محيط العمل الذي تنشط فيه، وتباين الرؤى حول ما إذا كانت تلك المسئولية التزاما على تلك الشركات أم أجبارا عليها نحو المجتمع الذي تحقق من خلاله أرباحا كثيرة، أم أن هذه المسئولية اختيار للشركات تحسن من خلالها صورتها في المجتمع الذي تعمل فيه [14].

وهذا الأمر يتطلب تكثيف الجهود من أجل تعزيز ثقافة وممارسة المسئولية الاجتماعية للشركات، حيث أن القطاع الخاص أصبح الآن أكثر من أي زمن مضى للعب دور قيادي في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وذلك في ظل عولمة متزايدة، مما يستدعي بناء كيانات اقتصادية أكثر تنافسية، وبالتالي لا يمكن للشركات أن تتجاهل حقيقة أن قدراتها التنافسية وأدائها المالي وأسعار أسهمها وتحقيق أرباحها تتأثر باتجاهات وآراء المستهلكين وبمدى مراعاتها لأخلاقيات الأعمال، وبممارساتها المسئولية الاجتماعية، سواء تجاه العاملين بها أو تجاه عملائها والمجتمعات المدنية، وبعبارة أخرى قدرتها على تحقيق قيمة اجتماعية مضافة وليس فقط تحقيق معدلات عائد استثمار مرتفعة.

ويمكن إرجاع القوى المحركة للمسئولية الاجتماعية للشركات بأنها نابعة من طبيعة دور الدولة الذي تراجع في الحياة الاقتصادية بعد توسيع قاعدة الملكية وتزايد عملية الخصخصة وتولي القطاع الخاص دور الريادة في العملية الإنتاجية والتصدير وتقديم الخدمات، والمشاركة في إقامة البنية التحتية على مستوى الدولة. كذلك تعتبر الخصائص الثقافية والعادات الاجتماعية محركات داخلية للمسئولية الاجتماعية لرجال الأعمال، هذا فضلا عن دور المنظمات الدولية والحكومات المانحة، والتي تعتبر محركات خارجية للمسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص.

وتتمثل أهم دوافع الشركات تجاه المسئولية الاجتماعية فيما يلي:

- منح الشركات الخاصة ورجال الأعمال إعفاء جزئي من الضرائب التي تخضع لها أرباحها إذا ما قامت بالتبرع للأنشطة التي تندرج تحت المسئولية الاجتماعية، وقد أعفى قانون الضريبة على الدخل رقم 93 لسنة 2005 التبرعات والدعم الذي تدفعه الشركات للجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية في حدود نسبة 10% من أرباح هذه الشركات.
- تقديم جوائز معنوية للشركات التي تحقق أفضل الممارسات في مجال المسئولية الاجتماعية كما يحدث منذ فترة طويلة في مصر وهو منح كأس الشركات سنويا من قبل وزارة الصناعة والتجارة.
- الإشهار في وسائل الإعلام المختلفة عن الشركات التي تقدم أفضل خدمات اجتماعية للعاملين بها ولعملائها ولأفراد المجتمع أو المساهمة بجانب الحكومة في تقديم الخدمات الاجتماعية.
- الاستفادة من جوائز الدولة التقديرية السنوية التي تقدمها الدولة للعلماء والباحثين في تشجيع الشركات على ممارسة المسئولية الاجتماعية.
- استحداث الحكومة المصرية شهادة للمسئولية الاجتماعية من خلال اتحاد الصناعات للشركات التي تتمتع بخدماته وكذلك الشركات التي ترغب في القيام بالتصدير وذلك لتسهيل عملية التصدير للخارج، وتؤكد ضرورة الالتزام بالمسئولية الاجتماعية للشركات تجاه المجتمع.

وبشكل عام فقد حدث في السنوات الأخيرة تزايد في عدد الجوائز والمنح والاعفاءات المقدمة للشركات التي تعمل في مجال المسئولية الاجتماعية من أجل تشجيع الشركات المحلية والأجنبية في البلد على تقديم المزيد من الجهود في تقديم الخدمات الاجتماعية.

قياس أثر دوافع الشركات نحو ممارسة المسئولية الاجتماعية

لمعرفة الأسباب التي تدفع الشركات تجاه الأنشطة الاجتماعية، مطلوب تحليل الأداء الاقتصادي للشركة والتعرف على حجم أثر هذه الأنشطة على العوائد والتكاليف، حيث تؤدي ممارسة المسئولية الاجتماعية إلى زيادة عوائد الشركة، أو حدوث تخفيض في بعض عناصر التكاليف مثل تكلفة العمالة، تكلفة المواد الخام، وتكاليف الطاقة... الخ. هذا بالإضافة إلى عوامل أخرى كثيرة غير مباشرة قد تؤثر على معايير أداء الشركة، لكن من الصعب قياسها وتحليلها احصائيا، إذ يحتاج الأمر إلى حجم كبير من البيانات الحالية والتاريخية عن أعمال الشركة والإفصاح عنها حتى يتسنى لنا التمييز بين العوامل المختلفة.

وللتغلب على مشكلة قياس أثر ممارسة المسئولية الاجتماعية على أداء الشركة، تـم إجراء إحدى الدراسات (15) لقياس إدراك المسئولين عن الشركات من خلال طرح أسئلة حول الأثر النسبي للمسئولية الاجتماعية على أداء الشركة باستخدام "Likert Scale" [1] ، حيـث يفترض وضع حدين أو نطاق معين يتراوح ما بين رقم (1) ورقم (5)، حيث يشير رقـم (1) إلى أقل أثر للمسئولية الاجتماعية على مؤشرات الأداء، مثال: (تخفيض كميـة الفاقـد فـي الانتاج، .....) بينما يشير رقم (5) إلى أكبر أثر للمسئولية الاجتماعية.

وتضمنت هذه الدراسة إجراء استبيان شمل 60 سؤالا على عدد (29) شـركة مـن الشركات المشاركة في العقد الجماعي للأمم المتحدة (UN Global Compact) عام 2004 والبالغ عددها 1400 شركة وذلك كآلية للمسئولية الاجتماعية للشركات، وتبين مـن تحليـل بيانات الشركات التي كانت تعمل في قطاعات اقتصادية مختلفة، أن هناك نحو 15 سـببا أو دافعا وراء ممارسة الشركة المسئولية الاجتماعية.

ويتضمن الجدول رقم (5) الدوافع والأسباب التي تشجع الشـركات علـى ممارسـة المسئولية الاجتماعية، ودرجة أهمية كل سبب بالإضافة إلى كل مـن المنـافع الاقتصـادية والأخلاقية المترتبة على هذه الدوافع، وأخيرا آثار المسئولية الاجتماعية على دوافع وأسـباب القيام بتلك المسئولية.

جدول رقم (5)

دوافع ممارسة المسئولة الإجتماعية للشركة ودرجة أهميتها

وآثارها الاقتصادية والأخلاقية

م	نوع الدافع للشركة تجاه المسئولية الاجتماعية	درجة أهمية الدافع (السبب) للمسئولية الاجتماعية(*)	نوعية المنافع الاقتصادية والأخلاقية للشركة	آثار ممارسة المسئولية الاجتماعية على الدوافع
1	تحسين صورة الشركة	4	اقتصادية	4
2	القدرة على النفاذ إلى الأسواق الخارجية	2	اقتصادية	2
3	المنافسة مع الشـركات الأخـرى فـي	3	اقتصادية	3

[1] هذا المعيار يستخدم في استطلاعات الرأي Survey في حالة العلوم الاجتماعية، مثال: أنت مع التعليم الخاص أم ضده؟ كم حجم تأثير الدروس الخصوصية في حصول الطالب على معدل أكثر من 95%؟ قوي جدا / متوسط/ عادي/ ضعيف.

	الأسواق الدولية			
4	تميز الشركة عن الشركات الأخرى	4	اقتصادية	3
5	الوفاء بمتطلبات البيئة وإدارة الجودة	3	اقتصادية	3
6	تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة	2	اقتصادية	2
7	زيادة كفاءة الشركة	3	اقتصادية	2
8	زيادة رضا العميل	3	اقتصادية وأخلاقية	3
9	زيادة رضا العاملين	2	اقتصادية وأخلاقية	2
10	ضغط المديرين بالشركة	2	اقتصادية وأخلاقية	2
11	المشاركة في جهود التنمية المستدامة	5	أخلاقية	5
12	مواطنة الشركة	4	أخلاقية	4

(*) 1 : تشير إلى الدرجة الأدنى ، 5 : تشير إلى الدرجة الأعلى.

Source: Dilek Cetindamara Kristoffer Husoy, 2007, "Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact, Journal of Business Ethics 76: 163-176.

ومن مراجعة الأدبيات في موضوع المسئولية الاجتماعية تم اختيار (12) بندا وهي المبينة في الجدول أعلاه قد مثلت الأسباب الرئيسية وراء ممارسة الشركات للمسئولية الاجتماعية، وعلى سبيل المثال يتضح من الجدول أن البند الذي يسمى (مواطنة الشركة) Corporate Citizenship والبند الذي يسمى (المساهمة في جهود التنمية المستدامة) Sustainable Development Efforts يعبران عن المنافع الأخلاقية للشركة، بينما أن الدوافع المتعلقة برضا العملاء ، وبرضاء العاملين ، وضغط المديرين بالشركة لا تعبر فقط عن الدوافع الأخلاقية Ethical reason بل تعبر أيضا عن الدوافع الاقتصادية.

ويجب التذكير هنا بوجود صعوبة في التفرقة بين الأسباب أو الدوافع ذات الطبيعة الاقتصادية، والأسباب أو الدوافع ذات الطبيعة الأخلاقية للشركة التي تمارس الأنشطة الاجتماعية من منظور المسئولية الاجتماعية، ويترتب على ذلك أيضا الصعوبة في حصر وقياس وتحديد التكاليف الاجتماعية للأنشطة الاجتماعية، والتكاليف الاقتصادية التي تتكبدها الشركة لأجل تحقيق أهدافها ومنها زيادة الأرباح.

ويوضح نفس الجدول رقم (5) آثار ممارسة المسئولية الاجتماعية للشركة على تحقيق أهدافها فيما يتعلق بجهودها في التنمية المستدامة، حيث حقق هذا الدافع أعلى درجة تأثير على الأداء الأخلاقي للشركة بنسبة 100% (5 درجات)، ومن الآثار الإيجابية الأخرى للقيام بالمسئولية الاجتماعية، مواطنة الشركة، وتحسين صورة الشركة في مجال عملها، وتميزها عن الشركات الأخرى.

مزايا ومنافع المسئولية الاجتماعية للشركة

تعتبر المسئولية الاجتماعية مسألة مبادئ ومسئولية أخلاقية، إذ أن الشركة تتطور وتنمو بأمر المجتمع الذي تعيش فيه وتستخدم موارده المادية والبشرية، ولذا فهي مسئولة تجاهه على الصعيد الاجتماعي وحماية البيئة ، وهذه المسئولية تحقق لها العديد من المزايا والمنافع ومنها:

- أنها تحقق التقارب بين الشركة والجمهور، إذ أن الجهود التي تبذلها الشركة لصالح مجموعة مستهدفة معينة في المجتمع كالمساهمين في الشركة مثلا، قد تضر بمصالح مجموعات أخرى، والعكس فإن تحقيق التوازن الدائم بين جميع المصالح يعد جزءا مهما من المسئولية الاجتماعية لتحقيق العدالة بين الفئات المختلفة.
- إن المسئولية الاجتماعية للشركات تعطي قيمة مضافة للمساهمين وتجعلهم أكثر ثقة في الشركة نتيجة للسياسات الاجتماعية التي تطبقها تجاه العاملين والمجتمع، إذ أنه كلما تحسنت نظرة الآخرين للشركة كان هذا أفضل بالنسبة لها.
- إن زيادة التكاليف الناتجة عن القيام بالمسئولية الاجتماعية والحفاظ على البيئة تستطيع الشركة تعويضها على المدى البعيد عبر مستوى ربحية يفوق تلك التكاليف بعد تمتعها بسمعة جيدة من خلال تطبيق المعايير البيئية والاجتماعية.
- تحسين سمعة الشركة في الأوساط المالية والتجارية بين الموردين والعملاء وأفراد المجتمع.
- تحسين الأداء المالي للشركة نتيجة زيادة الانتاجية وتحسين نوعية المنتج وبالتالي ارتفاع حجم المبيعات بسبب تقليل تكاليف التشغيل وولاء العاملين بالشركة، وتفضيل العملاء والمستهلكين لمنتجات وخدمات الشركة.
- زيادة قدرة الشركة على الاحتفاظ بموظفيها الأكفاء مما يساعد في جذب المستثمرين.

تجارب بعض الشركات المصرية في ممارسة المسئولية الاجتماعية

إن المسئولية الاجتماعية للقطاع الخاص تتحدد في كل بلد تجاه الأفراد أو المواطنين الذين هم بحاجة إلى الدعم الاجتماعي والوظائف الكافية لتأمين معيشتهم وتوفير حياة كريمة لهم والتعليم الجيد، والتأمين الصحي، والسكن الملائم، وتوفير السلع الغذائية بأسعار مناسبة لدخولهم المحدودة.

والحكومة المصرية كما هو الحال في كل البلدان النامية لا تستطيع أن تؤمن للأفراد كل هذه المطالب الملحة، ولذلك فإن هذه المسئولية تتطلب المشاركة الفعالة من القطاع الخاص، وإن أمكن ذلك انتقال تلك المسئولية بصورة تدريجية، حيث توجد المدارس والجامعات والمستشفيات المملوكة للقطاع الخاص، وكذلك توجد الجمعيات والمؤسسات الأهلية التي تقدم خدماتها للأعضاء وغيرهم من المواطنين والأقارب المقيمين في أماكن إقامة هذه الجمعيات. كما يؤمن القطاع الخاص الوظائف لنسبة كبيرة من المشتغلين، وتمنح شركات القطاع الخاص القروض والتسهيلات لموظفيها لشراء مساكنهم الخاصة، ويوفر بعضها منحا دراسية لمستخدميها أو أبنائهم.

وتمثل المؤسسات الخيرية أحد الآليات التي ظهرت، ونمت خلال الثلاثة عقود الأخيرة، ووفقا لهذه الآلية تقوم الشركة بإنشاء مؤسسة خيرية تعد مسئولة عن الاضطلاع بالأنشطة والخدمات الاجتماعية لأفراد المجتمع، وذلك بدلا من قيام الشركات بأداء هذا الدور بشكل مباشر [16]، وبينما تتفاوت أهداف المؤسسات الخيرية المختلفة، فإن النمط العام لها هو ذلك الذي يتمثل في المساهمة في بناء المستشفيات، والمستوصفات، ودور العبادة، وجمعيات تحفيظ القرآن، وتبني بعض الأسر الفقيرة (الأرامل، المطلقة، الأطفال الأيتام... الخ) ودعم مراكز البحث العلمي والتدريب، وإقامة المعاهد الفنية في المناطق الصناعية وغيرها من الخدمات الاجتماعية.

ومن الأمثلة على تجارب بعض الشركات المصرية في ممارسة المسئولية الاجتماعية[17]:

- تجربة بعض البنوك في تقديم الدعم التعليمي والتدريب لبعض المواطنين، خاصة الخريجين الجدد من الشباب، والذين يبحثون عن عمل، حيث يتم تدريبهم ورفع مهاراتهم العلمية والعملية قبل الدخول إلى سوق العمل، ويعتبر **البنك العربي الإفريقي الدولي** صاحب الريادة في تقديم الدعم والجوائز السنوية للمتفوقين من الطلاب، كذلك

تقوم شركات القطاع الخاص بعقد معارض دورية للتوظيف، يتم مـن خـلال هـذه المعارض تشغيل العديد من الباحثين عن عمل أو الداخلين إلى سوق العمل لأول مرة.

- **مؤسسة أبو العينين للنشاط الثقافي والاجتماعي**(18) الذي أسسها رجل الأعمال محمد محمد أبو العينين منذ عشرين عاما في ظل ايمانه بالمسئولية الاجتماعية والتزامه نحو المجتمع والبيئة التي يعمل بها باعتباره جزءا من دوره الاجتماعي .
- **مجموعة المغربي – مؤسسة النور الخيرية**

قامت مجموعة المغربي بتأسيس مؤسسة النور الخيرية كمؤسسة مستقلة مسجلة في مصر باعتبارها مؤسسة خيرية غير حكومية سنة 1999، أما المال الذي استخدمته المؤسسة للانطلاق والاستدامة فقد تبرعت به مجموعة المغربي.

- **مجموعة منصور: سلسلة أسواق خير زمان**

تركز مجموعة منصور على مهارات المعرفة الأساسية والتعليم والأيتام والبيئة، وتشمل مشاريعها سلسلة أسواق خير زمان التجارية والتي تلبي احتياجات شريحة المستهلكين من ذوي الدخل المتدني.

- **بروكتر وجامبل** : تسوق شركة بروكتر وجامبل 14 ماركة تجارية في مصر، تصنع 7 منها في مصر، تشمل مجموعة برامج المسئولية الاجتماعية للشركة مجالات التعليم والصحة والمرأة والأطفال وذلك من خلال التبرعات ومشاريع التنمية وإقامة مشروع مدرسة المقطم لإعادة التدوير.
- **مؤسسة ساويرس للتنمية الاجتماعية** : تأسست هذه المؤسسة عام 2001 وقد كانت أول مؤسسة عائلية تقدم منحا من أجل التنمية الاجتماعية في مصر، حيث تركز على مشاريع توفير فرص العمل وتدريب الشباب العاطلين عن العمل للنهوض بهم وتمول هذه المؤسسة الشباب للمساعدة على البدء بمشاريعهم الصغيرة كما تقوم المؤسسة بأعمال خيرية أخرى كثيرة.
- **بنـك الطعـام** : وهو عبارة عن منظمة وطنية مصرية أهلية ، وغير ربحية ، تأسست بموجب قانون رقم 84 لعام 2002 تهتم بقضية توفير الطعام الذي يتم إهداره في العديد من الأماكن مثل الفنادق والمطاعم والمخازن التجارية والمخابز وصالات الأفراح وصالات الاستقبال الكبرى، حيث شعروا أن هناك فئات يمكنهم الاستفادة منه مثل الأيتام وكبار السن والأرامل والعائلات المحتاجة وغير القادرين على العمل.

المسئولية الاجتماعية للشركات بين مؤيـد ومعارض

يعتقد بعض الخبراء خطأ بأن المسئولية الاجتماعية تعتبر عبئا على الشركة وتقلل من أرباحها، ولكن على العكس، فقد أثبتت الدراسات أن قيام الشركة بمسئولياتها الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح وغيرهم في المجتمع يساهم في تحسين صورة ومركز الشركة في أعين العملاء والجمهور مما ينعكس ايجابيا على عائدات الشركة في الأجل المتوسط والأجل الطويل، لذلك فإن المسئولية الاجتماعية للشركة تعتبر استثمارا طويل الأجل له عائد على المدى الطويل، يفوق التكلفة المنفقة على أوجه النشاط الاجتماعي للشركة.

وتجدر الإشارة إلى أن الشركات في الدول المتقدمة لم تعد تنظر إلى مسئوليتها الاجتماعية باعتبارها عبئا عليها، ولكن تنظر إليها على أنها استثمار طويل الأجل يحقق عوائد على الأمد الطويل من خلال خلق أجواء طيبة للشركات ضمن البيئة التي تعمل من خلالها ومن خلال أصحاب المصالح من مساهمين وموردين وعملاء وموظفين ومؤسسات مقرضة وباقي أشخاص المجتمع، وهناك ثلاثة آراء مختلفة حول ممارسة المسئولية الاجتماعية للشركات وهي[19]:

- يرى المؤيدون لفكرة المسئولية الاجتماعية أن ثمة مصالح كبيرة للشركات وأصحاب الأعمال في تبني مذهب المسئولية الاجتماعية، لأنها سوف تستفيد على المدى البعيد من نتائج ممارسة هذه المسئولية على صعيد الاستقرار والسلام الاجتماعي، وذلك من خلال تعظيم أرباحها على المدى الطويل.
- أما نقاد فكرة المسئولية الاجتماعية يعتقدون أن الدور الاجتماعي لرجال الأعمال قد يشتت تركيزهم على الجوانب الاقتصادية.
- أما الرأي الثالث فيرفض فكرة المسئولية الاجتماعية انطلاقا من خلفية أيديولوجية ترى أن هذه الفكرة ليست إلا محاولة لتفريغ دور الحكومة والدولة كرقيب على المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة، والشركات متعددة الجنسيات بوجه خاص.

تأثير الأزمة المالية على المسئولية الاجتماعية للشركات

لا شك أن الأزمة المالية والاقتصادية التي تسود العالم الآن والتي بدأت في سبتمبر 2008، باتت تهدد استمرار مجتمع الأعمال في ما يقوم به من دور في المسئولية الاجتماعية من حيث التبرع والدعم المقدم لفئات المجتمع المحتاجة، وقد كان من تداعيات الأزمة المالية أن أصبح شعار الشركات الجديد هو البقاء أولا ثم المسئولية الاجتماعية.

هذا وقد أصبحت الأزمة المالية على قمة التحديات التي تواجه دور الشركات، وأصبح السؤال هو هل ستواصل الشركات تقديم خدماتها أم ستتوقف نتيجة لتأثر أرباحها التي تخصص جزءا منها للمسئولية الاجتماعية. ووفقا لتحليل آراء مجتمع الأعمال والشركات في مصر، فإن هذه المسئولية ستتأثر بكل الأحوال بسبب الأزمة المالية وانعكاساتها المتوقع تزايدها على الشركات، حيث أن العديد من الشركات تصارع الآن للبقاء ولا وقت لديها الآن المساهمة في المسئولية الاجتماعية، وأن نسبة التأثر قد تصل الى 25% على المسئولية الاجتماعية.

وفي ظل الظروف الراهنة لتلك الأزمة المالية فإن الشركات تخشى التوصل للإفلاس نتيجة تراجع الانتاج والمبيعات بسبب حدوث الركود قي السوق المحلية والعالمية، وعلى أثر ذلك اضطرت العديد من الشركات ايقاف تعاقداتها وتعاملاتها بسبب تداعيات الأزمة، وكذلك اضطرت بعض المصانع تخفيض انتاجها لأكثر من 40%، وهذا كله له تأثير سلبي على الأقتصاد القومي المصري. وهذا يتطلب البحث عن الوسائل التي تضمن بقاء الشركات في العمل وتحقيق بعض أهدافها، على أساس أن مساهمة الشركات في المسئولية الاجتماعية لا تأتي إلا من أرباح الشركات وما تحققه من مبيعات.

وبسبب الآثار السلبية، قد تضطر بعض الشركات الاستغناء عن موظفيها وعمالها غير المدربين تحت مظلة ترشيد النفقات وحينئذ سوف تزداد الأزمة تفاقما، وإذا كان للقطاع الخاص مشاركة قوية في المساهمة الاجتماعية بتوفير فرص العمل للشباب خاصة غير المدربين فالوضع الآن في ظل الأزمة مع هذه الشركات يختلف، فمعظم الشركات الآن تعاني ضعف حجم العمل مما يعرضها الدخول في الديون والأفلاس، لذا فإن تركيز الشركات ينصب على الحفاظ على هيكلها الذي يعد بمثابة كيان في الاقتصاد القومي.

نستخلص مما سبق أن الشركات في تحديات صعبة لا تستطيع معها تحقيق مساهماتها الاجتماعية سواء على المستوى المؤسسي من خلال البقاء على جميع العمالة التي لديها أو دعمها لمؤسسات ومنظمات خيرية، والمساهمة في انشاء مستشفيات ومعاهد علمية وكفالة أسر فقيرة، وعلى الرغم من ذلك، يمكن القول أن المسئولية الاجتماعية للشركة ومواطنتها لا تكون إلا وقت الأزمات، وبالتالي سواء تراجعت نسبة أرباح الشركات أو ازدادت، فإنه يمكن الالتزام بدورها نحو المسئولية، إذ أن المسئولية الاجتماعية دائما ما تحتاج دعما وقت الشدائد والأزمات وليس تراجعا، كما أن رغبة الشركة ذاتها تحدد إذا ما استمرت في المسئولية

الاجتماعية حتى في أسوأ الظروف، أم تهربت بمبررات منها تراجــع الإنتــاج والمبيعــات وبالتالي الأرباح.

المبحـــث الثانــــــي

معايير قياس وتقييم المسئولية الاجتماعية للشركات

مقدمـــــة

رغم الاهتمام المتزايد في مصر بالمسئولية الاجتماعية ومحاولة ترسيخ ممارســـة أنشطتها الاجتماعية في شركات قطاع الأعمال، إلا أنه لا يوجد اهتمام مقابل بالإفصاح عــن هذه الأنشطة في التقارير والقوائم المالية الصادرة عن تلك الشركات، مما يستدعي بذل الجهود لدراسة المشكلات المتعلقة بعملية الإفصاح عن أنشطة المسئولية الاجتماعية وإيجاد الحلــول المناسبة لها.

إن النظم المحاسبية المطبقة الآن في شركات الأعمال لا تشتمل على طــرق وأســاليب خاصة بالمحاسبة عن أنشطة المسئولية الاجتماعية، وأن كل ما يتم الإفصاح عنه في التقارير والقوائم المالية من معلومات خاصة بالأنشطة الاجتماعية لا تخرج عن حدود تلك الأنشــطة التي ترتب عليها أعباء مالية للأغراض الضريبية، ويتم الإفصاح عنها على أساس أنها جزء من معلومات تتعلق بالأنشطة الاقتصادية، وليس بوصفها معلومات تتعلــق بمــدى ممارســة الشركة لمسئولياتها الاجتماعية، فعلى سبيل المثال، فإن قيمة التأمينات الاجتماعية التي تدفعها الشركة عن العاملين بها يتم الإفصاح عنها ضمن بنود الرواتب والأجور، أمــا المعلومــات المتعلقة بالأنشطة الاجتماعية تجاه المجتمع ولا يترتب عليها أعباء مالية صريحة سواء كانت نتائجها إيجابية مثل الإنفاق على دراسة وتدريب بعض الطلبة وكفالة اليتيم، أو ســلبية مثــل مساهمة الشركة في تلوث البيئة نتيجة للأتربة والدخان المتطاير من ممارستها لأنشطتها فــلا يتم الإفصاح عنها في القوائم المالية المنشورة عن الشركة.

وقد أدى ذلك النقص في النظم المحاسبية المتعلقة بحصــر المعلومــات الخاصــة بالأنشــطة الإجتماعية إلى الحد من إمكانية الشركات في الافصاح عن ممارستها للأداء الإجتماعي فـــي تقاريرها المحاسبية والمالية، وبالتالي حرمانها من فرصة تقييمها بشكل موضوعي، وحيث أن المسئولية الإجتماعية أصبحت الآن أحد المؤشرات الأساسية في عملية تقيــيم الأداء وإتخــاذ القرارات المتعلقة بالجوانب الإجتماعية لشركات القطاع الخاص، فكان لابد من البحــث عــن معايير أو مؤشرات قياسية تتصدى للمشاكل المحاسبية الخاصة بعملية قياس وتقييم الانشــطة الإجتماعية، والتشديد على قيام الشركات بالإفصاح عن المعلومات الخاصة بالآداء الإجتماعي، واللازمة لتقييم الأداء وفقاً لمفهوم الشركة المقبولة إجتماعياً [20].

التمييز بين الأنشطة الاقتصادية والإجتماعية

تتميز الأنشطة الاقتصادية بأنها تلك الأنشطة التي تأسست الشركة من أجل القيام بها وتحقيق رسالتها، وهو ما يتضمنه عقد تأسيسها، ونظامها الأساسي، وسجلها التجاري، والمستندات التي أخذت بها الموافقة من الجهات الحكومية على مزاولة نشاطها الاقتصادي. أما الأنشطة الاجتماعية فتتميز بأنها تنطوي تحت مفهوم المسئولية الإجتماعية، وهناك آراء متفاوتة حول هذا التمييز، حيث يرى فريق بأن معيار التفرقة بين الانشطة الإجتماعية والانشطة الاقتصادية للشركة هو وجود أو عدم وجود إلزام قانون للشركات بالأداء الإجتماعي، وعليه فإن الشركة لابد وأن تفي بالإلتزاماتها الإجتماعية، أمل الفريق الأخر فإنه يسعى إلى أبعد من ذلك، ويرى ان المسئولية الاجتماعية للشركة لا تقتصر على قيام الشركة ببعض الأنشطة الإجتماعية إختيارياً، وإنما تشمل جميع الانشطة ذات الطابع الإجتماعي بصرف النظر عن وجود إلزام قانوني من عدمه، إذ أن طبيعة الأنشطة الإجتماعية لن تتغير سواء تم القيام بها إختيارياً أو إستجابة لضغط أفراد المجتمع أو لإدراك الإدارة وتجاوبها مع المشكلات الإجتماعية، وتقوم الشركة بتنفيذ هذه الأنشطة بهدف تحسين مستوى معيشة العاملين بها وتحقيق الأمان والاستقرار في العمل، أما الأنشطة الإجتماعية تجاه المجتمع فتهدف إلى تحسين ظروف البيئة المحيطة، ويرى هذا الفريق أيضا أن الأنشطة الإجتماعية تشمل أيضا تلك الأنشطة التي تقوم بها الشركة نتيجة لإلتزامها بالقوانين والانظمة ولا تتوقع الشركة أن تحقق منها منفعة اقتصادية مباشرة.

وعلى ذلك فإن طبيعة النشاط هو الاساس فى تحديد كون النشاط اقتصادياً أم إجتماعياً، وليس وجود إلزام قانوني من عدمه للقيام بالأنشطة الإجتماعية [21] ومع ذلك يجب أن يؤخذ في الإعتبار ان قيام الشركة ببعض الأنشطة المتعلقة بحماية البيئة ومنع التلوث والاضرار بالمجتمع تنفيذا لقوانين الاحتفاظ على البيئة، يؤدي إلى إعتبار هذه الأنشطة والإفصاح عنها بوصفها أنشطة اقتصادية تطبيقا لمعيار وجود الإلزام القانوني، وإذا ما قامت الشركة ببذل جهود اضافية وتكبدت نفقات أكثر لتحسين البيئة، فإن هذا سوف يعد انشطة إجتماعية وتعالج على هذا الأساس ، وبالتالي فإن النشاط الواحد قد يأخذ صفة النشاط الاقتصادي، وصفة النشاط الإجتماعي في نفس الوقت.

قياس تكاليف وعوائد الأنشطة الإجتماعية

يترتب على قيام الشركة بتنفيذ نشاطها الاقتصادي الذي وجدت من أجله العديد من أنواع التكاليف والتي يطلق عليها التكاليف الاقتصادية هذا فضلاً عن تحقيق العوائد، أما إذا مارست الشركة مسئولياتها الإجتماعية سواء تجاه العاملين وعملائها أو تجاه المجتمع، فإن ما يترتب

على ذلك من تكاليف تسمى بالتكاليف الإجتماعية، وفي المقابل يطلق على المنافع الناتجة سواء لصالح الشركة نفسها أو لصالح العاملين والعملاء والمجتمع بالعوائد الإجتماعية.

ولتحقيق الهدف من استخدام تلك التكاليف والعوائد الإجتماعية لابد من إجراء عملية قياس لها، وهذا يحتاج إلى عدد من الخطوات منها:

- تحديد مفهوم واضح وصريح لكل من الانشطة الإجتماعية والاقتصادية بالنسبة للشركة.
- التفرقة الدقيقة بين التكاليف الإجتماعية والاقتصادية في دفاتر وسجلات الشركة.
- الافصاح عن التكاليف الإجتماعية بشكل منفصل عن التكاليف الاقتصادية داخل التقارير والقوائم المالية الصادرة عن الشركة.
- قياس كل من التكاليف الإجتماعية والعوائد الاجتماعية للمسئولية الإجتماعية لأغراض تقييم الدور الاجتماعى للشركة .

1- قياس التكاليف الإجتماعية للشركة

يوجد العديد من التحديات التي تواجه الباحثين في كيفية قياس وتقييم الانشطة الاجتماعية للشركات، ومنها صعوبة فصل التكاليف الاجتماعية عن التكاليف الاقتصادية المتعلقة بهذه الانشطة ، وذلك بسبب وجود تداخل بين الأنشطة الاجتماعية، والأنشطة الاقتصادية الناتج من طبيعة عمل الشركات، والذي يؤدي إلى مشاكل في كيفية حصر وقياس عوائد وتكاليف كل نشاط بشكل ، وعلى سبيل المثال، فإن قيمة حصة صاحب العمل في التأمينات الاجتماعية، أو دفع أجر شهر للعاملين فى مناسبة معينة من قبل الشركة، هل يمكن اعتبارها تكاليف اجتماعية لتحقيق ولاء وانتماء العاملين للشركة وزيادة ثقتهم ورضاهم عن الإدارة والعمل في الشركة، أم ممكن اعتبارها تكاليف اقتصادية لخلق قوة دفع وتشجيع العاملين على بذل الجهد والتواصل من أجل تحقيق أهداف المستثمرين وإدارة الشركة وبشكل خاص تحقيق الأرباح، وهكذا بالنسبة لحصر وتصنيف باقي بنود التكاليف التي تنفق على العاملين، والحصول على ثقة المستهلكين لمنتجات وخدمات الشركة، وباقي أفراد المجتمع والجهات التي تتعامل معها.

وإلى جانب المشكلات الخاصة بعملية التداخل بين عناصر التكاليف الاجتماعية والاقتصادية للأنشطة المختلفة ، فإن هناك مشكلات أخرى تتعلق بكيفية حصر وقياس العوائد والتكاليف الاجتماعية من ناحية، وكيفية مقارنة التكاليف الاجتماعية مع المنافع والعوائد الاجتماعية التي يمكن للشركة اكتسابها سواء في الأجل القصير أو في الأجل الطويل، وذلك نتيجة قيامها بمسئولياتها الاجتماعية تجاه الأطراف المستفيدة سواء في البيئة الداخلية للشركة أو في البيئة المحيطة بها، وبشكل عام، فقد تم تحديد أهم مشكلات المسئولية الاجتماعية في

ثلاثة أنواع[22] هي: مشكلة قياس التكاليف الاجتماعية على مستوى الشركة، مشكلة قياس العوائد الاجتماعية على مستوى الشركة، وأخيرا، مشكلة خلق المعايير الاجتماعية الملائمة للقياس الكمي.

وتنشأ الصعوبة في قياس التكاليف الإجتماعية من عدم وجود مفهوم واضح وصريح لمعنى التكاليف الإجتماعية، فمن وجهة النظر المحاسبية ومعالجتها في دفاتر وسجلات الشركة تمثل التكاليف الإجتماعية تلك المبالغ التي تتكبدها الشركة عند القيام بهذه الانشطة إختيارياً أو تطبيقا لقوانين الدولة، وأن هذه التكاليف لا تحقق للشركة منافع او عوائد اقتصادية مباشرة، وبالتالي تعتمد عملية القياس هنا للتكاليف الإجتماعية على التكلفة الفعلية[23] وهذا التعريف للتكاليف الإجتماعية يتعارض مع الوجهة الاقتصادية التي ترى في أن التكاليف الإجتماعية تتمثل في قيمة ما يتحمله المجتمع من أضرار وتلوث وتشويه لجمال الطبيعة نتيجة لممارسة الشركة لأنشطتها الاقتصادية، وبالتالي فإنه طبقا لهذا المفهوم يتم قياس التكاليف الإجتماعية على أساس تكلفة الفرصة البديلة.

إن قياس التكاليف الإجتماعية طبقا لأساس التكلفة الفعلية سيؤدي إلى معالجتها بسهولة في دفاتر الشركة ، على أساس أن قيام الشركة برصد مبلغ النفقة يعد مقياسا لقيمة العوائد التي ستحصل عليها من عملائها في نفس الفترة، ولكن في واقع الامر فإن هذه التكلفة الفعلية لا تشتمل كل التكاليف الإجتماعية، حيث أنها لا تتضمن قيمة الأضرار التي تلحق بالمجتمع نتيجة ممارسة الشركة لأنشطتها المختلفة، وهي قيمة الأثار الاقتصادية السلبية الخارجية كالتلوث والضوضاء، إذا انها لا تعد تكلفة إجتماعية، طالما لم تدفع الشركة مقابلاً عن هذه الأضرار.

وعليه فإن مبدأ التكلفة الفعلية لقياس التكاليف الإجتماعية في الواقع العملي لا يعد مقبولاً. كذلك الحال فإن الإعتماد على مبدأ تكلفة الفرصة البديلة في قياس التكاليف الإجتماعية يعتبر قاصراً ولا يصلح تطبيقه في حصر وقياس تلك التكاليف، حيث أنه يركز فقط على الأضرار التي يتحملها المجتمع ونتيجة ممارسة الشركة لانشطتها الاقتصادية التي وجدت من أجلها، ويتجاهل ما تتحمله الشركة من تضحيات إجتماعية وهي التكاليف التي تنفقها تطبيقاً للسياسة العامة للدولة وقوانينها مثل خلق فرص عمل جديدة والمساهمة في تحسين وتطوير البيئة المحيطة.

ونظراً لعدم إمكانية خضوع قيمة الأثار الاقتصادية السلبية الخارجية المترتبة على قيام الشركة بأنشطتها، وهي قيمة الأضرار التي تلحق بالمجتمع للقياس الكمي، وترجمة هذا القياس إلى

قيمة نقدية تمثل التكاليف الاجتماعية، واعتبارها تكاليف داخلية تتحملها الشركة هذا من جانب، ومن جانب أخر اشتراك جميع الشركات التي تعمل في نفس المنطقة فى حدوث هذه الاضرار، فقد تم اللجوء عند قياس التكاليف الاجتماعية إلى أساس القياس غير المباشر[24]، حيث يمكن اتخاذ قيمة ما يتم دفعه من تكاليف لتجنب الآثار الخارجية السلبية، أي تكاليف منع حدوث الأضرار الاجتماعية، وإعادة الأوضاع إلى ما كانت عليه، كبديل عن قياس قيمة تلك الأضرار بطريقة مباشرة، أي استخدام تكاليف الصيانة والاصلاحات بديلا عن قيمة الأضرار التي أصابت المجتمع نتيجة لممارسة الشركة أنشطتها الاقتصادية.

أما بشأن معالجة التكاليف الاجتماعية في دفاتر الشركة، واعتبارها عبئا وتحميلا على الأرباح أم توزيعا له، فقد تباينت الآراء، حيث يقترح أحد الآراء ضرورة التفرقة بين التكاليف الاجتماعية التي يترتب عليها خدمة للشركة، وبين تلك التي يترتب عليها خدمة للمجتمع ككل، ويتم معالجة النوع الأول باعتبارها تحميلا على الأرباح، والنوع الثاني على أنها توزيعا للأرباح، على أساس أن التكاليف التي يترتب عليها خدمة للشركة، تستهدف منها تحسين الانتاج وزيادة المبيعات وبالتالي ارتفاع رقم الأرباح، هذا فضلا عن زيادة ثقة العاملين ودرجة رضا العملاء والمستهلكين، ولذلك لا بد من تحميل تلك التكاليف على الأرباح. أما التكاليف التي يترتب عليها خدمة للمجتمع نتيجة أعمال الشركة فهى تكاليف ليست لها علاقة مباشرة بإيرادات الشركة، وبالتالي يجب اعتبارها توزيعا للربح وليس تحميلا عليه، وخلافا لذلك، فهناك من يرى أن كافة عناصر التكاليف الاجتماعية تعتبر توزيعا للأرباح[25].

ونحن نرى أن كافة عناصر التكاليف الاجتماعية التي تترتب على ممارسة الشركة للأداء الاجتماعي سواء في داخل الشركة تجاه العاملين، أم خارج الشركة تجاه المجتمع والبيئة، فيتم معالجتها باعتبارها أعباء على أرباح الشركة، حيث يترتب على كلا النوعين من التكاليف تحسين أعمال الشركة وزيادة رقم مبيعاتها وبالتالي زيادة أرباحها وتحسين سمعتها ونيل ثقة الآخرين بها سواء من داخل الشركة أو خارجها.

2 - قيـاس المنافع الاجتماعية

بالتأكيد يترتب على ممارسة الشركة لمسئولياتها الاجتماعية قدر كبير من المنافع والعوائد، منها ما هو لصالح الشركة نفسها والعاملين بها، ومنها ما هو لصالح المجتمع ككل، إلا أنه من الصعوبة بمكان قياس هذه العوائد التي تعبر عن حجم الإسهام الاجتماعي للشركات وذلك بشكل مباشر ودقيق طبقا للمقاييس المحاسبية التقليدية المتعارف عليها، كذلك فإن هناك مشكلة تحديد الأطراف المستفيدة من هذه العوائد، حيث توجد أطراف داخلية مثل العاملين

وأخرى خارجية كالمتسهلكين، والعملاء، وأطراف أخرى في البيئة المحيطة، وهـذا يتوقـف على نوع النشاط الاجتماعي الذي تؤديه الشركة، وما يترتب على ذلـك مـن تقيـيم لـدور الشركات التي تتحمل مسئولياتها الاجتماعية مقارنة بتلك التي لا تتحمل هذه المسئوليات .

ومن الصعوبات التي تواجه عملية قياس المنافع الاجتماعية أيضا، هي أنه لا يمكـن قياسها باستخدام وحدة النقد، وإنما يمكن التعبير عنها بالنماذج الوصفية مثـل مـدى ارتفـاع المستوى الثقافي أو العلمي نتيجة التدريب [26]. وهناك من يقترح قياس المنافع الاجتماعية عن طريق استخدام القيم السوقية لهذه المنافع، وذلك من خلال إيجاد علاقة بين الأداء الاجتمـاعي والمنافع الناتجة عنه مثل قيمة السلع والخدمات التي تمنح للعاملين بالشركة، حيث يمكن قياسها بالقيمة المقابلة لها في السوق، وبالمثل قيمة الأرض المتبرع بهـا مـن الشـركة للمجتمـع لاستخدامها كحديقة أو متنزه.

وأخيرا تواجه الشركات مشكلة أخرى تترتب على المشكلات السابقة المتعلقة بصعوبة تبويب وقياس التكاليف والعوائد الاجتماعية، وهذه المشكلة تتمثل فى عدم دقة إعداد التقـارير والقوائم المالية لبيان نتيجة الأعمال من ربح أو خسارة خلال مدة معينة، وكذلك المركز المالي للشركة في نهاية تلك المدة، وعليه فإن هناك صعوبة في إعـداد تقـارير ماليـة للأنشـطة الاجتماعية للشركات التي تمارس المسئولية الاجتماعية، مما يتطلب العمل ضـرورة وضـع معايير قياسية مناسبة لإعداد التقارير المالية الاجتماعية.

معايير قياس وتقييم المسئولية الاجتماعية

تم وضع عدد من المؤشرات التي يمكن استخدامها في قياس الدور الاجتماعى الـذى تؤديه الشركات، من خلال قيامها بمختلف الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بطبيعـة عملها ، ولقياس دور تلك الشركة في تحمل مسئولياتها الاجتماعية تجاه الأطـراف المتعـددة سواء داخلها أو خارجها، فإنه يتم مقارنة تلك المعايير تاريخيا عبر فترة من الزمن للوقـوف على تطور الأداء، أو تتم المقارنة مع مؤشرات أداء لشركات مماثلة في المجتمع، أو يتم قياس تلك المؤشرات مع معيار أداء اجتماعي يتم الاتفاق عليه في مجالات العمل الاجتماعي يطلـق عليه (معيار الصناعة) أي معيار صناعة الأداء الاجتماعي من منظور المسئولية الاجتماعيـة لقطاع الأعمال الخاص.

ويمكن عرض بعض هذه المعايير كما يلي[27]:-

أ- معايير قياس حجم الاسهام الاجتماعى للشركة تجاه العاملين

1 - معيار قياس الدخل النقدي للعاملين بالشركة:

ويتضمن المرتبات والأجور والمكافآت والحوافز النقدية التي يحصل عليها العـــاملون بالشركة خلال فترة زمنية معينة.

متوسط الدخل النقدي للعامل = المرتبات والأجور + المكافآت والحوافز النقديـــة

عدد العاملين

2 – معيار قياس مساهمة الشركة في حل بعض المشكلات الاجتماعية للعاملين لديها:

تتمثل تلك المساهمة في تحمل الشركة بأعباء توفير السكن، وسائل الانتقال، التأمينات الاجتماعية، الرعاية الصحية، الرحلات الرياضية والترفيهية والثقافية.

ما يخص العامل = عدد العاملين المستفيدين من مساهمة الشركة في حل المشكلات الاجتماعية

عدد العاملين في الشركة

3 – مؤشر قياس مساهمة الشركة في رفع مستوى مهارة وكفاءة العاملين فيها:

ويوضح هذا المؤشر ما تقوم الشركة بإنفاقه على تعليم وتدريب وتثقيف العاملين بها من أجل رفع وتطوير مستواهم العلمي والتقني.

معدل نصيب العامل = تكلفة مساهمة الشركة في تكاليف التدريب والتطوير

اجمالي قيمة المرتبات والأجور المدفوعة للعاملين

4 – معيار قياس مساهمة الشركة في توفير الأمن الصناعي للعاملين بها

مؤشر القياس = عدد الحوادث التي تقع في السنة

عدد ساعات العمل الفعلية السنوية

5 – معيار قياس استقرار حالة العمل بالشركة

مؤشر القياس = عدد العاملين تاركي الخدمة سنويا

(معدل دوران العاملين) إجمالي عدد العاملين

6– معيار حصة العامل في توزيعات الأرباح السنوية للشركة:

متوسط حصة العامل في الأرباح = قيمة الارباح السنوية الموزعة على العاملين

عدد العاملين

ب– معايير قياس تكلفة الانشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء

1 – معيار قياس نفقات الشركة على أبحاث وتطوير منتجاتها وخدماتها للعملاء

متوسط ما ينفق على تحسين = نفقات أبحاث تطوير وتحسين جودة المنتج أو الخدمة
(الخدمة أو المنتج أو العميل) إجمالي تكاليف الانتاج أو الخدمات المـؤادة

2 – معيار قياس دور الشركة فى الرد على استفسارات ومشكلات العملاء:

نسبة عدد المشكلات التى استجابت = عدد المشكلات التى عالجتها الشركة واستجابة لها
لها الشركة اجمالى عدد المشكلات المقدمة من العملاء والمستهلكين

جـ – معايير قياس تكلفة حجم الاسهام الاجتماعى للشركة تجاه المجتمع وحماية البيئة:

1 – معيار قياس مساهمة الشركة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية والثقافية والرياضية، والمشاركة في المجالات التعليمية والصحية وفي كل ما يحتاجه أفراد المجتمع المحلي بشكل عام.

معدل تكلفة الانفاق = تكلفة مساهمة الشركة في الانشطة الاجتماعية للمجتمع
إجمالي التكاليف الاجتماعية للأنشطة الاجتماعية
التي ساهمت فيها الشركة

2 – معيار قياس مساهمة الشركة في توفير فرص عمل جديدة

معدل الشركة فى التشغيل = عدد العاملين المعينين بالشركة سنويا
إجمالي عدد القوى العاملة فى الدولة

3 – معيار قياس مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة

يشمل هذا المؤشر تكلفة ما تقدمه الشركة في إعداد الدراسات والأبحاث العلمية وإقامة الحدائق وتشجير المنطقة وشراء المعدات اللازمة وذلك من أجل منع التلوث ومنع الأضرار بهدف الحفاظ على بيئة محيطة جميلة ونظيفة.

معدل انفاق الشركة = تكلفة مساهمة الشركة في الحفاظ على البيئة المحيطة
إجمالي ميزانية الأبحاث والتطوير للشركات في المنطقة

4 – معيار قياس مساهمة الشركة في تطوير وتحسين البنية التحتية في المنطقة المحيطة

معدل مساهمة الشركة = تكلفة مساهمة الشركة في تكاليف تحسين البنية التحتية
إجمالي تكاليف مساهمة الشركات العاملة في المنطقة

المبحث الثالث

دراسة حالة تطبيقية

لقياس المسئولية الاجتماعية في إحدى الشركات

يتم قياس المسئولية الاجتماعية للشركة من خلال قياس عناصرها المختلفة وهي التكاليف والمنافع الاجتماعية وذلك عن طريق دراسة حالة تطبيقية لإحدى الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في مصر، وقد تمت إجراءات تطبيق مؤشرات قياس كفاءة الأداء الاجتماعي لتلك الشركة على النحو التالي:

1 – الحصول على البيانات اللازمة من الشركة (موضع الدراسة) طبقا للتقرير المالي المرفق.

2 – تجهيز البيانات وتصنيفها حسب مجالات الأنشطة الاجتماعية وذلك لحصر وتحديد التكاليف ذات الطبيعة الاجتماعية عن التكاليف الاقتصادية.

3 – اختيار معايير القياس المناسبة لتكاليف الأنشطة الاجتماعية.

4 – تطبيق المعايير القياسية على البيانات المجمعة واستخراج نتائج القياس.

5 – تحليل نتائج مؤشرات القياس.

6 – تقييم دور ومساهمة الشركة في العمل الاجتماعي في مصر في إطار المسئولية الاجتماعية لشركات قطاع الأعمال الخاص.

الفئات المستفيدة من الأداء الاجتماعي للشركة:

لأغراض التطبيق والقياس تم تقسيم الفئات المستفيدة من الأنشطة الاجتماعية للشركة إلى ثلاث فئات رئيسية وبالتالي تم توزيع التكاليف التي أنفقتها الشركة مقابل الأداء الاجتماعي على هذه الفئات الثلاث وهي:–

1 – فئة العاملين بالشركة.

2 – فئة العملاء الذين يتعاملون مع الشركة.

3 – فئة المجتمع والبيئة المحيطة بالشركة.

وتعتبر هذه الفئات أكثر فئات المجتمع المحلي تعبيرا وتمثيلا لمفهوم المسئولية الاجتماعية للشركات، وكذلك تقييم وقياس الأداء الاجتماعي عليها.

تقرير مالي بالتكاليف الاجتماعية لإحدى الشركات في مصر

تم الحصول على التقرير المرفق بالبيانات المالية لغرض قياس وتقييم حجم الإسهام الاجتماعي من منظور مفهوم المسئولية الاجتماعية عن إحدى الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في مصر♥.

القسم الأول : معلومات عن الشركة خلال عام 2008.

1 - اسم الشركة : (X Y)
2 - قيمة رأس المال المدفوع: 1000 مليون جنيه
3 - طبيعة عمل الشركة : تقديم خدمات الاتصالات
4 - مقر الشركة : القاهرة
5 - عدد العاملين بالشركة : 3000 موظف
6 - إجمالي عدد أفراد المجتمع المحيط: (الذين يستفيدون من الأنشطة الاجتماعية للشركة) يبلغ نحو 300 ألف فرد.
7 - عدد عملاء الشركة : نحو 20 مليون عميل
8 - قيمة إيراد المبيعات : نحو 10 مليارات جنيه
9 - صافي أرباح الشركة: نحو 2 مليار جنيه
10- ضريبة الدخل المدفوعة على صافي الربح: نحو 489 مليون جنيه
11 - حصة العاملين في توزيعات الأرباح: نحو 107 مليون جنيه

القسم الثاني: تقرير مالي عن تكاليف الأنشطة الاجتماعية التي قامت بها الشركة خلال عام 2008

عناصر تكاليف الخدمات الاجتماعية		القيمة (بالألف جنيه)
أولا: عناصر تكاليف الخدمات الاجتماعية الخاصة بالعاملين:		
1 -	نفقات تأمينات اجتماعية.	1600
2 -	نفقات منح ومكافآت في المناسبات الدينية وغيرها.	360
3 -	نفقات بدلات انتقال ومواصلات وطبيعة عمل.	240
4 -	نفقات المساهمة في العمرة والحج للعاملين.	120
5 -	نفقات المساهمة في المناسبات السعيدة كالزواج.	40

♥ تم الحصول على هذه البيانات من القوائم المالية للشركة المنشورة في وسائل الاعلام، مع تعديل وإضافة بعض البيانات الخاصة بتكاليف الخدمات الاجتماعية وذلك لأغراض الاتساق وتطبيق المعايير الاجتماعية لقياس الدور الاجتماعي للشركة بصورة تكاد تعبر عن الوقائع كنموذج تطبيقي على قياس المسئولية الاجتماعية للشركات في مصر.

6 –	نفقات إعانات وفاة أو إصابة عاملين.	280
7 –	نفقات علاجات طبية وأدوية بالداخل والخارج.	900
8 –	نفقات تقديم وجبات غذائية.	–
9 –	نفقات شراء ملابس وزي موحد للعاملين.	65000
10 –	نفقات تأمين خاص.	540
11 –	نفقات تدريب وتطوير بالداخل والخارج.	300
12 –	نفقات تثقيفية وإصدار مجلات وشراء كتب وجرائد.	–
13 –	نفقات إقامة دور عبادة للعاملين ومسابقات دينية.	50
14 –	نفقات رحلات وإقامة مصايف للعاملين.	80
15 –	نفقات إقامة نادي رياضي والاشتراك في مسابقات وأنشطة رياضية.	–
16 –	نفقات إقامة سكن للعاملين.	–
17 –	نفقات إقامة حضانة لأبناء العاملين.	–
18 –	نفقات إقامة حفلات سنوية وتكريم العاملين.	260
19 –	نفقات الأمن الصناعي وحماية العاملين.	750
20 –	أخرى (يتم ذكرها).	–
	إجمالي نفقات الخدمات الاجتماعية للعاملين	5585
	ثانيا : عناصر تكاليف تحسين الخدمات الخاصة بالعملاء والمستهلكين:	
1 –	نفقات الارتقاء بجودة منتجات الشركة.	3300
2 –	نفقات البحوث والتطوير.	1400
3 –	نفقات حصول الشركة على الأيزو (ISO).	–
4 –	نفقات الحفاظ على صلاحية المنتج والتغليف السليم.	–
5 –	نفقات الترويج والإعلان الصادق عن مكونات واستعمال منتج الشركة	45000
6 –	نفقات تنفيذ ضمان وخدمة ما بعد البيع.	180
7 –	نفقات الرد ومعالجة شكاوي العملاء.	90
	إجمالي عناصر تكاليف تحسين الخدمات الخاصة بالعملاء	47000
	ثالثا: تكاليف الخدمات الاجتماعية للتفاعل مع المجتمع والحفاظ على البيئة:	
1 –	نفقات التبرعات والإعانات للجهات الخيرية ودور العبادة.	360
2 –	نفقات المساهمة في مكافحة الأضرار التي تصيب مرافق	280

	المجتمع مثل الحرائق والفياضانات والأوبئة والزلازل.	
3 –	نفقات التبرعات للمؤسسات التعليمية والثقافية والبحثية.	75
4 –	نفقات التبرعات للنوادي والساحات الرياضية.	–
5 –	نفقات المساهمة في الاحتفالات القومية والدينية.	120
6 –	نفقات المساهمة في رصف وإنارة طرق المنطقة المحيطة.	420
7 –	نفقات معالجة تلوث المياه.	–
8 –	نفقات استبعاد المواد السامة ومخلفات الانتاج.	–
9 –	نفقات استصلاح وتشجير واستزراع وإقامة نافورات المياه بالمناطق المحيطة.	360
10 –	نفقات تدريب الطلاب في الصيف.	40
11 –	التبرعات للمستشفيات وتوفير الرعاية الصحية للمحتاجين.	500
12 –	نفقات مساعدة الطلاب المحتاجين.	80
13 –	نفقات مساعدة الفقراء وذوي الاحتياجات الخاصة.	430
	إجمالي تكاليف الأنشطة الخاصة بالتفاعل مع المجتمع والحفاظ على البيئة	2665

قياس المسئولية الاجتماعية للشركة

لغرض تقييم الدور الاجتماعي للشركة سوف يتم تطبيق بعض معايير القياس الاجتماعية على بيانات التكاليف الواردة في التقرير المالي عن الشركة، وتجدر الإشارة هنا أن للمسئولية الاجتماعية وجهان، الأول : يتمثل في النفقات التي تتكبدها الشركة، والثاني: يتمثل في العوائد أو المنافع التي تحصل عليها الاطراف المستفيدة من نفقات الشركة، وكذلك العائد الذي يعود على الشركة متمثلا في زيادة أرباحها وقدرتها التنافسية بين الشركات الاخرى سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي. وبالتالي فإنه إذا ما تم قياس متوسط معدل الانفاق على كل فرد من أفراد الفئات المستفيدة، فإن هذا المعدل يمثل في نفس الوقت معدل العائد الذي يحصل عليه الشخص من الوجهة الأخرى.

أولا: قياس تكلفة الإسهام الاجتماعي للشركة تجاه العاملين:

أ – متوسط نصيب العامل من تكلفة الخدمات الاجتماعية = إجمالي نفقات الخدمات الاجتماعية للعاملين / عدد العاملين

= 5585000 / 3000 = 1862 جنيه/ عامل

ب – متوسط حصة العامل من = حصة العاملين في أرباح الشركة

توزيعات الأرباح السنوية عدد العاملين

= 107000000 / 3000 = 35667 جنيه / عامل

وتفسير مدلول المؤشر الأول هو أن الشركة تنفق على كل عامل بها ما مقداره 1862 جنيه سنويا مقابل الخدمات الاجتماعية التي تؤديها للعاملين بها وذلك بخلاف قيمة الاجر الشهرى الذى يحصل عليه العامل باستمرار، كما يحصل هذا العامل أيضا على مبلغ 35667 جنيه سنويا من الأرباح، وتهدف الشركة من وراء هذا الأداء الاجتماعي إلى تشجيع العاملين على بذل الجهد والعطاء وخلق حالة من الاستقرار النفسي والولاء والانتماء للشركة وإدارتها.

ثانيا: قياس تكلفة الانشطة الخاصة بتحسين خدمات التعامل مع العملاء

متوسط نصيب كل عميل = إجمالي نفقات تحسين الخدمات المقدمة للعملاء من تكلفة تطوير وتحسين الخدمة / عدد العمـــلاء (المستهلكين)

= 47000000 / 20000000 = 2.35 جنيه/ عميل

وهذا المؤشر يدل على أن الشركة قد تكلفت في المتوسط نحو 2.35 جنيه سنويا عن كل عميل يستفيد من خدماتها، ويعود انخفاض هذا المعدل إلى العدد الكبير من العملاء الذين يتعاملون مع الشركة، وإلى عدم الإفصاح عن تفاصيل كامل البيانـــات بالقـــدر الكافي لإجراء عملية القياس، ومع ذلك فإن هذا الإنفاق على تحسين وتطوير خدمات الشركة يشجع العملاء على استمرار التعامل ويزيد ثقة هؤلاء العملاء فـــي منتجـــات وخدمات الشركة.

ثالثا: قياس تكلفة الإسهام الاجتماعي للشركة تجاه المجتمع والبيئة المحيطة

متوسط نصيب الفرد في المجتمع = جملة تكلفة الخدمات الاجتماعية المقدمة للمجتمع من تكلفة الخدمات المقدمة / عدد الأفراد المستفيدين في المجتمع

= 2665000 / 300000 = 8.9 جنيه / فرد

ويشير هذا المعدل إلى أن كل فرد من أفراد المجتمع المحيط بالشركة والذي اســـتفاد من خدماتها يخصه ما قيمته 8.9 جنيه سنويا في المتوسط وذلـــك مـــن تكـــاليف الخـــدمات الاجتماعية التي قدمتها الشركة من أجل التفاعل مع أفراد المجتمع والحفاظ على البيئة، وهـــذا من منطلق المسئولية الاجتماعية للشركة، وقد يكون هذا تعويضا للمجتمع مما يكون قد أصابه

من أضرار أو ضوضاء أو تلوث البيئة نتيجة طبيعة عمل الشركة، هذا بالإضافة إلى أن هذا العمل الاجتماعي يزيد من روابط وتعاون وثقة المجتمع في منتجات وخدمات الشركة.

النتائج والتوصيات

من خلال الدراسة النظرية والوصفية والكمية التي تم عرضها في البحث، أمكن التوصل الى النتائج التالية:

- إن المسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في مصر أصبحت القضية الأكثر اهتماما في سياق التنمية المستدامة والتي يتطلب من القطاع الخاص أن يؤدي دورا أعظم في رفع مستوى رفاهية المجتمع، والحفاظ على البيئة ،إما رضوخا لضغوط أفراد ومنظمات المجتمع، أو رغبة في المحافظة على سمعة طيبة للشركة في المجتمع على اعتبار أن المسئولية الاجتماعية ترتبط بعلاقات ومتغيرات متعددة سواء أكان منها ما هو داخل الشركة أم خارجها.
- إن قيام الشركة بالأداء الاجتماعي سواء في داخل الشركة أم خارجها يمثل أولا عامل مهم من عوامل تحفيز العاملين على تقديم أفضل أداء في مجال تحقيق أهداف الشركة، وثانيا يوفر حافزا للمجتمع لزيادة التعاون مع الشركة، وما ينتج عن ذلك من زيادة الأرباح، فضلا عن تحقيق مفهوم مقبول للشركة اجتماعيا
- إن حصر وقياس التكاليف الاجتماعية المترتبة على ممارسة الشركة لمسئولياتها الاجتماعية مع الإفصاح عن تلك التكاليف في التقارير والقوائم المالية الصادرة عن الشركة، يوفر أداة مهمة لها للتنافس مع غيرها من الشركات للحصول على بعض الامتيازات التي قد توفرها الحكومة، أوالاتحادات والغرف التجارية والصناعية في بعض مجالات الاستثمار، وعند التصدير والاستيراد، والتي قد يصعب توفيرها لجميع الشركات، الأمر الذي يجعل عملية المفاضلة بين الشركات عاملا مهما في تحديد القرار.
- لا يوجد معيار مناسب يمكن استخدامه في الفصل التام والواضح للأنشطة التي تقوم بها الشركة ويمكن القول بأنها أنشطة اقتصادية تماما، أو تلك التي يمكن أن توصف على أنها أنشطة اجتماعية.
- لايوجد مفهوم مناسب للتكاليف الاجتماعية يعبر أصدق تعبير عن قيمة التضحية التي تتحملها الشركة لبيان مسئوليتها الاجتماعية من جهة، وقيمة الأضرار التي تسببها الشركة للمجتمع نتيجة مزاولتها لأنشطتها الاقتصادية من جهة أخرى.

- قدمت الدراسة بعض المعايير والمؤشرات التي أمكن استخدامها فى قياس وتقييم المسئولية الاجتماعية للشركات في مصر، بعبارة أخرى، أنه أمكن قياس التكاليف الاجتماعية كأحد

عناصر المسئولية الاجتماعية طبقا لقاعدة الانفاق الفعلى، وهذا يتطلب الافصاح الكامل عن عناصر تلك التكاليف في التقارير المالية للشركة، وعليه يتم تقييم دور الشركات في تحمل مسئولياتها الاجتماعية تجاه أطراف التعامل مع الشركة كالعاملين، والعملاء، والمجتمع ككل.

- ناقشت الدراسة أسباب صعوبة تحديد وقياس المنافع والعوائد المترتبة على الانشطة الاجتماعية للشركة، وأن هذه العوائد إذا كان ولا بد من قياسها، فإنه يمكن اعتبارها الوجه الآخر للتكاليف الاجتماعية بالنسبة للعاملين والعملاء، أما بالنسبة للمجتمع فيمكن قياس المنافع بأنها تمثل قيمة تكلفة الخدمات الاجتماعية المؤداة من قبل الشركة، فيما لو قام المجتمع أو الحكومة بدفع قيمة هذه التكلفة بدلا من الشركة.
- تم تطبيق المعايير ومؤشرات القياس المتعلقة بالمسئولية الاجتماعية على بيانات الأنشطة الاجتماعية المتوفرة عن إحدى شركات القطاع الخاص في مصر، وذلك بعد تبويب هذه البيانات على ثلاث فئات اعتبرها الباحث هي المستفيد الأكبر من الأداء الاجتماعي للشركة، وهي فئة العاملين، وفئة العملاء، وأخيرا فئة المجتمع المحيط بالشركة، وأمكن التوصل إلى بعض النتائج الرقمية ممثلة في متوسط قيمة معدل الانفاق على كل فرد داخل كل فئة، حيث كان متوسط نصيب العامل الواحد من العاملين بالشركة من الانفاق الاجتماعي 1862 جنيه سنويا، هذا بالاضافة الى حصته فى الارباح الموزعة من الشركة وتعادل مبلغ 35667 جنيه، أما عن نصيب العميل الواحد من تكلفة تحسين الخدمة فكانت 2.35 جنيه سنويا، وأخيرا كان متوسط نصيب الفرد الواحد في المجتمع المحيط بالشركة من تكلفة الخدمات الاجتماعية 8.9 جنيه سنويا. وفي رأينا أن هذه المؤشرات تعبر إلى حد كبير عن اضطلاع الشركة بمسئولياتها الاجتماعية، ويحتاج الأمر في هذه الحالة ضرورة مقارنة تلك المؤشرات مع مؤشرات مماثلة لنفس الشركة خلال عدد من السنوات للوقوف على تطور الأداء الاجتماعي لنفس الشركة، أو تتم المقارنة مع مؤشرات لشركات أخرى مماثلة للمفاضلة فيما بينها والعمل على تحفيزها تجاه ممارسة أكبر للمسئولية الاجتماعية. وعليه تكون الدراسة قد قامت باختبار فرضية البحث بشكل صحيح، وهي الفرضية المتعلقة بقياس وتقييم المسئولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في مصر.
- رغم محاولة الدراسة في وضع بعض المعايير لقياس عناصر المسئولية الاجتماعية فيما يتعلق بتكاليف وعوائد الأداء الاجتماعي، إلا أنه لا توجد أسس قياس مناسبة تلقى قبولا عاما في الأوساط المحاسبية المهنية والعلمية يمكن استخدامها في قياس ومعالجة التكاليف والمنافع الخاصة بالأنشطة الاجتماعية.

أما عن التوصيات التي نراها مهمة لموضوع الدراسة فهي:

- إدماج المسئولية الاجتماعية في رسالة ورؤية وفلسفة الشركات وثقافتها، وكـذلك ضـمن قواعد ومبادئ الشركات والمؤسسات الحكومية، واعتبـار المسـئولية الاجتماعيـة مـن مسئوليات الإدارة التنفيذية وتحت اشرافها، ضمن خطط وسياسات مجلس إدارة الشركات، كذلك يجب إدماج هذه المسئولية ضمن برامج الاتصالات والتعليم والتدريب للشركة، وأن تتضمن المسئولية الاجتماعية الإعتراف بقيمة الموظف ومنحه الحوافز الكافية، وأن تضع الشركة التقارير الدورية، والقيام بالمراجعة حول مدى مراعاتها لمسئولياتها الاجتماعية.

- ضرورة قيام الشركات بالإفصاح الكامل عن المعلومات المتعلقة بالأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها خلال السنة، وما يترتب عليها من تكاليف اجتماعية تكون مسجلة ومبوبة بشكل واضح ودقيق، مثلها مثل التكاليف الاقتصادية التى تنفقها الشركة على أنشطتها المختلفـة وذلك في دفاتر وسجلات الشركة، ومن ثم عرضها في التقارير والقوائم المالية المنشورة في وسائل الاعلام، حتى يتسنى لأفراد المجتمع تقييم الدور الاجتماعي للشركة.
- ضرورة العمل على تطوير مجموعة من المعايير أو المؤشرات من قبل الجهات المعنيـة في مصر مثل مركز المديرين للمسئولية الاجتماعية التابع لوزارة الاستثمار وذلـك مـن أجل المقارنة وتقييم الدر الاجتماعى للشركات ، وبشرط أن تكون هـذه المعـايير قابلـة للتطبيق العملي، ومقبولة مجتمعيا وتأخذ بها الشركات للقياس عليها.

المراجـــع

1 - أحمد نظيف، المؤتمر الثاني للمسئولية الاجتماعية للشركات "الاسـتثمار وممارسـات العمل المسئول"، مركز المديرين، وزارة الاستثمار، القاهرة،23 مارس 2009 ص6.
2 - Koton D. Limits to Social Responsibility of Business. The People Centered Development Forum (PCP) Article # 19, Release Date June 1, 1996.
3 - وزارة التنمية الاقتصادية، مؤشرات الأداء الاقتصادي والاجتماعي خلال الربع الثاني (اكتوبر – ديسمبر) 2009/2008. www.mop.gov.eg
4 - البنك المركزي المصري، النشرة الاحصائية الشهرية، العدد 142، يناير 2009.
5 - الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة الأرقام القياسية للمستهلكين، مارس 2009.
6 - تقرير التنمية البشرية لمصر، العقد الاجتماعي في مصر: دور المجتمـع المـدني – معهد التخطيط القومي وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2008.
7 - برنامج الأمم المتحدة للتنمية، حلول قطاع الأعمال للتنمية البشرية، مصر 2007، ص 33.

8 - هبه نصار، المسئولية الاجتماعية لرجال الأعمال في مصر، بحث ميداني استطلاعي، كتاب الأهرام الاقتصادي العدد 238، يوليو 2007، ص 13.

9 - المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية، حوار السياسات الاقتصادية، مبادرة اقليمية يطلقها مركز الأردن الجديد لتعزيز ممارسات الشركات المسئولة اجتماعيا، العدد العاشر، أغسطس 2005، عمان – الأردن، ص 3.

10 - Dilek Cetindamara Kristoffer Husoy, 2007, "Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact, Journal of Business Ethics 76: 163-176.

11 - محمد ابراهيم التويجري، المسئولة الاجتماعية في القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإدارة، العدد الرابع 1988، ص 2.

12 - ISO, Social Responsibility Standardization An outline of the issues, International Institute for Sustainable Development, 2004 PP: (2-3).

13 - Dilek Cetindamara Kristoffer Husoy, 2007, P.164

14 - ISO Advisory Group on Social Responsibility, Working Report on Social Responsibility, April 2004, PP: 25-30

15 - Dilek Cetindamara Kristoffer Husoy, 2007, PP: 168 – 174

16 - ميسزيسلو باك ، المسئولية الاجتماعية لمؤسسات الأعمال في بولندا، مركز المشروعات الدولية الخاصة، اكتوبر 2000.

17 - برنامج الأمم المتحدة للتنمية، 2007، مرجع سابق، ص ص 17-41.

18 - مؤسسة أبو العينين للنشاط الثقافي والاجتماعي، الجيزة، 2008.

19 - الدور التنموي لرجال الأعمال في مصر، شعبة العلوم الانسانية بالمجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والاعلام، المجالس القومية المتخصصة، القاهرة 2009.

20 - مؤيد محمد علي الفضل، الافصاح عن الأداء الاجتماعي في التقارير المالية الخارجية، نموذج مقترح لمنشآت الأعمال في العراق، المجلة العربية للإدارة ، العدد 1، 2001، ص 4.

21 - محمد عبد المجيد، الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية في القوائم المالية المنشورة، نموذج مقترح للشركات الكويتية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية التجارة، 1984، ص ص 242 – 266.

22 - نبيل فهمي سلامه، الإطار العلمي للمراجعة الاجتماعية بهدف قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة، رسالة دكتوراه غير منشورة – كلية التجارة – جامعة قناة السويس، 1984.

23 - منصور حامد محمود، الإطار المتكامل للمحاسبة الاجتماعية، مجلة الكفاية الانتاجية، القاهرة، وزارة الصناعة، مصلحة الكفاية الانتاجية والتدريب المهني، العدد 3، يوليو 1983، ص ص 10-12.

24 - عبد العزيز رجب، نتائج تضمين المسئولية الاجتماعية ضمن البيئة المحاسبية، مجلة الاقتصاد والتجارة، القاهرة، جامعة عين شمس، كلية التجارة، 1981، ص ص 220-221.

25 - مؤيد محمد علي الفضل، مرجع سابق، ص 25.

26 - مؤيد محمد علي الفضل، مرجع سابق، ص ص 26 - 27.

27 - محمد الفيومي محمد، قراءات في المشاكل المحاسبية المعاصرة، الاسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع، 1984، ص 6.